
**A INDÚSTRIA DE SUÍNOS NO BRASIL:
UM ESTUDO SOBRE COMPETITIVIDADE**





Instituto
Paranaense de
Desenvolvimento
Econômico e Social

A INDÚSTRIA DE SUÍNOS NO BRASIL: UM ESTUDO SOBRE COMPETITIVIDADE

CURITIBA
OUTUBRO 1994

SECRETARIA DE ESTADO DO PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO GERAL

CARLOS ARTUR KRÜGER PASSOS - Secretário

FERDINANDO SCHAUENBURG - Diretor Geral

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - IPARDES

MARIANO DE MATOS MACEDO - Diretor-Presidente

NEI CELSO FATUCH - Diretor Administrativo-Financeiro

ELVINA MARIA SOARES CHAVES - Diretora do Centro de Pesquisa

EMÍLIO CARLOS BOSCHILIA - Diretor do Centro Estadual de Estatística

EVALDO MARCOS PAVANATO - Diretor do Centro de Treinamento para o Desenvolvimento

EQUIPE TÉCNICA

Centro de Pesquisas Econômicas (CEPEC)/Departamento de Economia - UFPR

Aldair Tarcísio Rizzi, Nilson Maciel de Paula e Ramón García Fernández (Pesquisadores)

Luiz Antonio Lopes (Colaborador)

Cláudio Glinocer Katz e Sieglinda C. G. Loureiro (estagiários)

John Wilkinson (Consultor-Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - UFRRJ)

APOIO TÉCNICO-OPERACIONAL

Izabel Christina Ghermacovski (revisão), Maria Dirce Botelho Marés de Souza (normalização bibliográfica), Ana Rita Barzick Nogueira (processamento de texto), Stella Maris Grazziero de Araujo (capa), João Vivaldo dos Santos (reprografia)

I59i Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico
e Social

A indústria de suínos no Brasil : um estudo sobre
competitividade. Curitiba : IPARDES, 1994.

64p.

Elaborado pelo Centro de Pesquisas Econômicas
(CEPEC) do Departamento de Economia da UFPR.

1. Indústria de carne suína. 2. Competitividade.
3. Brasil. I. Universidade Federal do Paraná. Depar-
tamento de Economia. Centro de Pesquisas Econômi-
cas. II. Título.

CDU 637.5'64(81)

Este trabalho resulta de convênio firmado entre o IPARDES e a Fundação Universidade Federal do Paraná (FUNPAR) para a realização de estudos sobre competitividade da indústria paranaense, através do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, tendo sido elaborado pelo Centro de Pesquisas Econômicas (CEPEC)/Departamento de Economia da Universidade Federal do Paraná.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	iv
LISTA DE QUADROS	iv
1 CONSIDERAÇÕES GERAIS	1
2 COMPORTAMENTO DO MERCADO INTERNACIONAL DE SUÍNOS	12
3 EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NO BRASIL	23
4 O SISTEMA DE INTEGRAÇÃO E OUTROS ASPECTOS RELEVANTES DA PRODUÇÃO NA INDÚSTRIA SUINÍCOLA	28
5 CONCENTRAÇÃO DE MERCADO, CENTRALIZAÇÃO DE CAPITAIS E DIVERSIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO	38
6 INSERÇÃO DAS EMPRESAS DE MENOR PORTE NA ESTRUTURA DE MERCADO DA INDÚSTRIA SUINÍCOLA	51
7 O DESENVOLVIMENTO GENÉTICO NA SUINOCULTURA	54
CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64

LISTA DE TABELAS

1	DISTRIBUIÇÃO DA PRODUÇÃO DE CARNE SUÍNA ENTRE OS PRINCIPAIS PAÍSES EUROPEUS.....	14
2	CONSUMO ANUAL PER CAPITA DE CARNE SUÍNA NOS PRINCIPAIS PAÍSES EUROPEUS	14
3	EXPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA PELOS PRINCIPAIS PAÍSES - 1988-1993.....	15
4	EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CARNE SUÍNA, SEGUNDO PAÍS DE DESTINO - 1990-1992.....	17
5	ESTOQUE MUNDIAL DE CARNE SUÍNA - 1988-1993	19
6	DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DA EXPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA IN NATURA, ENTRE OS PRINCIPAIS ESTADOS PRODUTORES - 1990-1992.....	19
7	EVOLUÇÃO DO CONSUMO PER CAPITA DE CARNES NO BRASIL - 1970/1990	24
8	PRODUÇÃO DE SUÍNOS CONTROLADA PELA SIF NA REGIÃO SUL E RESPECTIVAS PARTICIPAÇÕES PERCENTUAIS, SEGUNDO OS ESTADOS PRODUTORES - 1980/1990	25
9	ESTRUTURA DE MERCADO DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NA REGIÃO SUL, SEGUNDO PARTICIPAÇÃO NO NÚMERO DE CABEÇAS ABATIDAS - 1980/1990..	38
10	EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE CABEÇAS ABATIDAS, ANUAL E SEMANAL, DO NÚMERO DE PLANTAS ABATEDOURAS E SEUS TAMANHOS MÉDIOS, SEGUNDO AS 20 MAIORES EMPRESAS DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NA REGIÃO SUL - 1980/1990.....	40
11	ANO DE INSTALAÇÃO, EVOLUÇÃO DA CAPACIDADE PRODUTIVA E FATURAMENTO, SEGUNDO AS QUATRO EMPRESAS PESQUISADAS - 1990-1993	51

LISTA DE QUADROS

1	CENTRALIZAÇÃO DE CAPITAIS E DIVERSIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NO BRASIL - 1985/1991	43
2	DISPERSÃO DAS UNIDADES PRODUTIVAS E DIVERSIFICAÇÃO, SEGUNDO OS GRUPOS LÍDERES DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE SUÍNOS - 1992	48

1 CONSIDERAÇÕES GERAIS

O presente estudo visa investigar os níveis de competitividade da indústria brasileira de suínos, com relação tanto à sua inserção no mercado internacional quanto à estrutura de mercado no plano interno. A estrutura industrial existente montada nesse setor conta com uma base produtiva no setor agrícola relativamente estagnada, principalmente quando se observa os anos 80. O rebanho suíno brasileiro apresentou uma taxa de crescimento de 0,32% a.a. entre 1980 e 1990, passando de 32,6 milhões para 33,6 milhões de cabeças no período. Esses números são inferiores aos de 1975, quando o rebanho alcançava 35,2 milhões. Em termos de distribuição regional, destaca-se a Região Sul, que detinha 31,6% dos estoques em 1990, tendo sido 45,9% em 1980. Essa disparidade se deve ao fato de que o rebanho aí existente está amplamente integrado ao funcionamento da indústria, diferenciando-se, portanto, das demais regiões onde essa integração é inexpressiva.

A criação de suínos é uma atividade existente na maior parte dos estabelecimentos rurais brasileiros e está predominantemente voltada para as necessidades dos próprios criadores, tanto em termos de geração de renda como de auto-abastecimento. Essa, no entanto, não é a perspectiva da atividade suinícola enquanto componente do sistema industrial integrado, no qual a criação está voltada para as necessidades da indústria. Dessa forma, o estudo da suinocultura, à luz do sistema existente na Região Sul, significa uma investigação do funcionamento da indústria processadora de carnes e sua correspondente estrutura de mercado. Mais especificamente, tendo em vista que a análise aqui apresentada está voltada para a competitividade desse segmento industrial, torna-se importante mencionar o sentido que essa questão assume neste estudo.

Como tem-se observado, o termo "competitividade" tem sido utilizado com diferentes perspectivas nos estudos sobre estrutura industrial. Uma das interpretações

utilizadas, talvez a intuitivamente mais simples, vincula essa noção aos bons resultados do setor exportador, segundo o "conceito desempenho".¹ Todavia, essa alternativa não é de grande utilidade no estudo do setor aqui analisado porque, conforme será detalhado no capítulo 2, a indústria suinícola não apenas apresenta um percentual muito reduzido de exportações como a fraqueza desse desempenho não pode ser *a priori* atribuída à falta de competitividade. Com efeito, a existência de inúmeras barreiras não-alfandegárias faz com que as exportações se vejam bloqueadas independentemente de suas condições de preço e qualidade. Especificamente, exigências sanitárias vinculadas à saúde dos animais e às condições de higiene dos processos produtivos - algumas das quais talvez não muito justificáveis - têm barrado o ingresso da carne suína brasileira em mercados do Exterior.

Conseqüentemente, a noção de competitividade empregada neste estudo não será aquela mensurável diretamente através do desempenho das exportações, mas avaliada indiretamente, correspondendo ao "conceito eficiência" na classificação de HAGUENAUER, definida como " a capacidade de um país de produzir determinados bens igualando ou superando os níveis de eficiência observáveis em outras economias".² Especialmente tentar-se-á analisar as estratégias das empresas da indústria suinícola em termos da incorporação de inovações tecnológicas, principalmente no campo da genética, e de novos procedimentos relativos à integração com os criadores.³ A análise da indústria de suínos, tendo como eixo central a questão da competitividade, será discutida basicamente a partir da sua inserção nos mercados doméstico e internacional e das alterações ocorridas no processo produtivo industrial

¹HAGUENAUER, Lia. Competitividade : uma resenha da bibliografia recente. *Pensamiento Iberoamericano*, Madrid, n.17, p. 327-336, jan./jun. 1990.

²HAGUENAUER, p.328.

³Cabe destacar que outro critério possível de aferir a competitividade - o nível de preços nos diferentes países - pode não ser muito adequado quando se confronta a indústria suinícola brasileira e internacional, pois provavelmente o nível interno de preços em cada país seja conseqüência da existência de barreiras à entrada relativamente altas nos mercados nacionais (basicamente explicáveis pela existência de economias de escala significativas e pela diferenciação decorrente da propaganda dos principais produtores), inviabilizando-se assim esse tipo de comparação.

que levam à concentração e centralização de capital.⁴ Sendo assim, não se trata de uma análise que apenas resulte num diagnóstico do setor, mas sim que identifique o poder competitivo das empresas.

Desse ponto de vista, o conceito de competitividade abrange, de um lado, a dinâmica do mercado interno, no qual algumas empresas líderes em função de suas capacidades técnica, econômica e financeira (além do eventual apoio decorrente de políticas industriais a elas orientadas) se mantêm ou avançam na liderança da estrutura industrial. De outro lado, a capacidade de inserção no mercado internacional, seja mantendo a participação seja ampliando-a, é, em geral, consequência do grau interno de liderança das empresas.

Entretanto, deve-se realçar que, teoricamente, as estruturas de mercado não são estáticas, podendo transformar-se tanto pela ótica dos entrantes potenciais que conseguem dela participar, quanto por sua dinâmica interna, o que significa considerar os graus de mobilidade ou ascensão de outras empresas para níveis mais elevados de participação, atingindo eventualmente a liderança. Evidentemente, as barreiras à entrada e as mobilidades, que se constituem como elementos determinantes dos níveis de lucratividade das empresas normalmente via *mark up*, são passíveis de rupturas, dependendo da capacidade das firmas estabelecidas ou da adoção por parte dos entrantes de estratégias "corretas" do ponto de vista competitivo, levando em conta o ambiente econômico. Este inclui aprendizados semelhantes ou superiores aos dos líderes para fazer frente às condições estruturais e conjunturais do mercado que, por sua vez, são influenciadas pelas políticas públicas que alteram o quadro econômico⁵ ou criam expectativas incertas sobre as tomadas de decisão.

⁴Evidentemente, um elemento muito importante nos estudos sobre eficiência é a análise dos custos das firmas. Todavia, limitações principalmente relativas ao sigilo industrial, mas também decorrentes do próprio caráter da pesquisa, impediram-nos de entrar nessa problemática.

⁵Lembramos que sempre que se fala em indústria de alimentos, a política salarial ocupa um lugar de destaque.

No tocante ao mercado internacional, a análise deve captar, em primeiro lugar, os impactos que a tendência recente de protecionismo entre os países desenvolvidos (principalmente EUA e CEE) tem sobre a indústria nacional. Isto é especialmente válido para o setor de suínos, tendo em vista que a maioria dos países produtores são marcados por uma grande auto-suficiência. Exemplo disso é a China, que detém o maior rebanho do mundo (370 milhões de cabeças em 1992, segundo o USDA), mas cujo mercado é basicamente doméstico. Isto tudo permite caracterizar o mercado, em nível internacional, como sendo pouco dinâmico. Pareceria razoável pensar que, para a indústria nacional, as escassas possibilidades de exportação estariam concentradas nos produtos de menor valor agregado; os produtos mais elaborados certamente ficariam restritos ao mercado interno. Ainda assim, as únicas firmas com possibilidades de concorrer neste mercado seriam as maiores, pois embora os produtos em si sejam pouco sofisticados, seriam apenas elas as que poderiam atender às exigências de higiene, etc.

Sendo assim, as perspectivas da indústria nacional na busca de novos mercados esbarram primeiramente numa limitação dada por um acirramento da concorrência entre os grandes grupos internacionais atuantes nos setores agroalimentares. As estratégias adotadas em nível internacional por essas empresas têm se caracterizado pela intensa modernização de equipamentos, pela especialização em atividades que detêm maior competitividade e por um grande volume de investimentos em P&D, voltados prioritariamente para a inovação de produtos. O comportamento das grandes empresas transnacionais do setor agroalimentar está profundamente ligado ao fato de que suas estruturas têm se concentrado nos países desenvolvidos, onde o mercado consumidor revela-se mais dinâmico, se comparado aos países em desenvolvimento e subdesenvolvidos. Em outras palavras, as empresas têm dirigido seus investimentos para os mercados mais dinâmicos, comparativamente aos considerados insolventes. Ou seja, a concorrência entre os grandes grupos industriais

está orientada para a conquista dos principais mercados mundiais localizados nos EUA e Europa.⁶

Do ponto de vista deste processo, tanto pela restrição dos mercados quanto pelas inovações tecnológicas, as barreiras à entrada na indústria agroalimentar são bastante inibidoras para as firmas cujas bases de produção se localizem nos países em desenvolvimento. Associam-se a isto dois outros aspectos que merecem ser destacados. O primeiro se refere ao fato de que a busca de mercados externos, uma das possibilidades de crescimento das empresas, torna-se hoje uma estratégia conduzida pelas próprias empresas e não mais pelos governos; para tanto, os grupos industriais são levados a adotarem estratégias mais agressivas no tocante à conquista de novos mercados. O segundo diz respeito ao fato de que o mercado internacional tem se tornado principalmente um mercado de produtos industrializados mais do que de *commodities*⁷, o que se soma ao fato de que a aceitação de produtos importados por parte dos consumidores dos diversos países tem sido menor do que em relação àqueles produtos industrializados localmente. Dessa forma, as empresas que se projetam no cenário internacional têm como um dos mais interessantes caminhos viáveis de crescimento o de canalizar investimentos diretos para os países onde as perspectivas de aumento de consumo se apresentem mais promissoras, alternativa que se abre especialmente para os grupos nacionais de maior porte.⁸

Ainda da ótica do mercado internacional, é fundamental uma referência aos impasses que dominaram as negociações do fechamento da Rodada Uruguai do GATT, na qual a introdução do multilateralismo encontrou grandes obstáculos. As perspectivas para os países em desenvolvimento no tocante às exportações

⁶ GREEN, Raul. *Lucha entre multinacionales : Bunge y Born frente Cargill, Nestlé y Unilever*. Paris : INRA, 1989.

⁷ Conforme veremos, o mercado de suínos tem se constituído numa exceção.

⁸ Evidentemente, dadas as dificuldades existentes nesses mercados, sempre deve ser levada em consideração a possibilidade de que as firmas procurem outras estratégias de crescimento. Uma hipótese razoável é a que as grandes firmas ganhariam mais tentando se expandir e ocupando os espaços das pequenas unidades informais do que tentando vender para fora, especialmente se ocorrer uma retomada do crescimento.

agroindustriais vão depender fundamentalmente dos acordos entre EUA e CEE e da reforma das políticas agrícolas nesses países, quaisquer que sejam os resultados dessas negociações. Isto significa dizer que a influência dos demais países será pequena, a menos que se leve em consideração a atuação do grupo Cairns⁹, a qual se tem tornado peça importante no andamento das negociações sobre agricultura na Rodada Uruguai do GATT.¹⁰

A retração do mercado crucial da CEE, reforçada pelo impasse nas negociações do GATT, afetou sensivelmente as exportações brasileiras de produtos agrícolas, podendo ainda voltar a absorvê-las através do mecanismo de compensação à manutenção de subsídios à produção europeia de oleaginosas, mediante concessão de cotas de importação proporcionadas aos países exportadores. Entretanto, os produtos brasileiros a serem contemplados são basicamente a carne bovina, através de uma cota de 5 mil toneladas anuais de "Hilton Beef" (cortes especiais de carne bovina, sem osso) e de carnes de frango e peru pela sua inclusão no Sistema Geral de Preferências (SGP).¹¹ De qualquer forma, o setor agropecuário de maior peso nas exportações brasileiras é o do Complexo Soja, que estará fora das compensações europeias uma vez que a CEE busca auto-suficiência na produção de oleaginosas. Por outro lado, os EUA podem adotar uma estratégia mais agressiva em relação ao mercado internacional, principalmente no contexto das decisões do GATT, o que significa até mesmo a continuidade de programas de incentivo às exportações, dependendo da atitude dos demais países no tocante a incentivos similares.

⁹ O grupo Cairns tem sua origem na iniciativa de alguns países exportadores de produtos agropecuários (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Uruguai, Austrália, Fiji, Indonésia, Malásia, Nova Zelândia, Filipinas, Tailândia, Canadá e Hungria), numa ação conjunta para pressionar por uma maior liberalização do comércio mundial, principalmente no contexto das negociações do GATT. Esse grupo de países passou a atuar a partir de outubro de 1987, exatamente no período em que as negociações do GATT se tornaram mais difíceis, especialmente nas questões referentes à agricultura. Em geral, a participação do grupo Cairns no comércio global mundial chega a ser em torno de 25%. (OXLEY, A. *The challenge of free trade*. London : Harvester Wheatsheaf, 1990).

¹⁰ VANZETTI, D. et al. *US-EC agricultural trade relations and the Uruguay Round : a Cairns group perspective*. s.l. : s.n., 1993. Trabalho apresentado no Congresso *New Dimensions in North American - European Agricultural Trade Relations*, Isola Capo Rizzuto, Calábria, Itália.

¹¹ GAZETA MERCANTIL. São Paulo, 20 jun. 1993.

No que se refere à indústria de carne suína, as únicas implicações deste processo de negociação são aquelas derivadas das possibilidades abertas à produção de frangos, levando em consideração o fato de que algumas empresas brasileiras estão vinculadas à produção de frangos e suínos.

Independentemente dos aspectos institucionais do mercado internacional, a situação da indústria de suínos em relação à sua competitividade será mais diretamente influenciada pelo comportamento do mercado interno. Cabe então refletir até que ponto a estrutura atual do mercado interno brasileiro estimula a competitividade das empresas suinícolas. O tratamento dessa questão implica trazer à tona, em primeiro lugar, a estrutura de mercado dessa indústria (o lado da oferta), em termos do número de concorrentes, distribuição regional, grau de oligopolização, controle do mercado, inovação tecnológica de processo e de produtos, etc. Isto está vinculado também à estrutura de custos das firmas, o que nos leva a pensar não apenas nas relações das indústrias com os produtores, mas também em outras questões essenciais para a criação, como higiene e alimentação dos animais. Por sua vez, esta problemática vincula-se com a qualidade da matéria-prima empregada pelas empresas, o que exige que se pense nos aspectos genéticos. Em segundo lugar, é fundamental o tratamento das questões relativas ao padrão de consumo (o lado da demanda) do ponto de vista de sua distribuição regional, sua vinculação com os padrões de renda, etc. De maneira geral, o mercado interno de suínos pode ser caracterizado através da seguinte segmentação:

- **consumo sofisticado:** grupo de consumidores caracterizado por suas altas rendas, cujo padrão de consumo se assemelha ao internacional, colocando-se dessa forma como o alvo das inovações tecnológicas introduzidas pelas grandes empresas do setor. Evidentemente, o quadro recessivo da economia brasileira reforça os limites restritivos desse segmento, tornando, portanto, a concorrência intercapitalista mais acirrada. Todavia, pode-se pensar que o quadro recessivo não seja

permanente; nesse caso, o mercado interno seria mais "fácil" do que o internacional e a busca por mercados alternativos não tão urgente.

- **consumo de massa:** trata-se do grupo de consumidores médios (assalariados ou com renda regular) cujo padrão de consumo não atinge os níveis de sofisticação do segmento acima. Esse grupo de consumidores proporciona uma condição de mercado para a indústria, cujo impacto, do ponto de vista da sua competitividade, ao não formar parte da sua pauta de exportações, não estimula o processo de inovações. Por outro lado, esse tipo de consumo permite a sobrevivência no mercado interno de segmentos industriais integrados por pequenas e médias empresas, dadas a baixa exigência em termos tecnológicos e a inexistência de barreiras significativas à entrada.
- **consumo do mercado informal:** é o segmento mais significativo em termos de consumo potencial, reflexo da crise econômica e das características de concentração de renda do país. As possibilidades para que esse grupo de consumidores se converta em mercado para a grande indústria moderna estão condicionadas à própria superação dessas características. Mais do que isto, entretanto, o padrão de consumo desse segmento está intimamente ligado a formas de suprimento relacionadas ao baixo nível do abate e do processamento não inspecionado, o que no caso de suínos é bastante significativo. Também encontra-se dentro desse segmento boa parte dos mercados "interioranos". Inclui-se dentro desse segmento do mercado informal o consumo de suínos criados para sustento dos próprios produtores, que representa uma percentagem importante do rebanho existente no país. Ressalte-se que esse segmento, assim como o anterior, pode servir de válvula de escape para as grandes empresas modernas escoarem seus produtos em períodos de crise.

Apesar do grau de competitividade da indústria brasileira de suínos ser altamente dependente do dinamismo do mercado interno, nos termos colocados acima,

tem-se que levar em conta as estratégias dessa indústria do ponto de vista de seus planos de investimento, tanto em termos de inovações quanto de localização regional. É bastante claro que os desafios colocados à indústria para a superação de bloqueios ao consumo de carne suína, somados a outros preconceitos que inibem seu consumo, principalmente devido ao alto teor de gordura da mesma, requerem investimento em novas pesquisas para sua eliminação e também em marketing para modificar os padrões de consumo, principalmente no segmento mais sofisticado.

No que se refere às pesquisas, é importante investigar junto às empresas quais têm sido os desenvolvimentos recentes, em termos de genética, para solucionar os problemas apontados, assim como quais têm sido as prioridades das pesquisas a partir do padrão de consumo predominante. As estratégias de marketing, por sua vez, vêm se tornando cruciais sob dois aspectos. Em primeiro lugar, a carne suína está sendo cada vez mais consumida como produto industrializado, especialmente no mercado de consumo sofisticado, o que significa uma crescente importância das marcas como elementos diferenciadores entre as empresas. "A carne suína, pelas suas características, é a que mais se presta ao processamento industrial, daí resultando dezenas de produtos frescos, curados, salgados, embutidos, etc., os quais são o grande objetivo de uma indústria frigorífica. Por quê? Porque alcançam melhores preços e são destinados aos consumidores de alta renda, aos mais abastados."¹²

Não se trata mais, portanto, do suíno consumido *in natura*, mais sim como produto cuja origem está no processamento industrial, tanto do ponto de vista de sua preparação para o mercado consumidor (embalagem, rótulo, distribuição, etc.) quanto de sua própria concepção original através da inovação genética. Neste ponto, os grandes produtores industriais podem vir encontrar a concorrência de grandes grupos comercializadores, como os supermercados, por exemplo, que podem chegar a

¹²BOLETIM MENSAL [DA] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE SUÍNOS. s.l. : ABCS, n.18, jul. 1993.

estabelecer com eles relações de concorrência, comprando a produção de frigoríficos pequenos.

Uma alternativa que permitiria pensar em grandes possibilidades de expansão do consumo de suínos exigiria que se conseguisse barateá-lo, ficando numa relação de preços com a carne bovina semelhante à que se verifica na Europa. Esse processo não deve ser descartado como algo utópico, pois uma redução semelhante foi conseguida nas duas últimas décadas no preço da carne de frango. Nesta hipótese, seria razoável imaginar que o consumo de carne *in natura* cresça proporcionalmente mais do que o dos produtos industrializados.

Assim, na medida em que o consumo de carne suína passa a ser determinado pela identificação das marcas, o marketing passa a ser um instrumento de concorrência entre as empresas na conquista do segmento de mercado formado pelos consumidores de renda mais elevada. Entretanto, mais do que isto, é evidente o interesse de todos os agentes ligados à atividade suinícola para expandir o consumo em geral. Nesse sentido, as investidas em marketing tornam-se uma ação unânime com o objetivo de aumentar o consumo. Nesse sentido, é sintomático o interesse da ABCS para implementar um programa de Marketing da Carne Suína, para o qual espera-se formar um fundo de recursos com contribuições de todos os segmentos do complexo suinícola, a exemplo do que ocorreu com o combate à peste suína.¹³ Os investimentos em pesquisa, principalmente em genética, assumem, portanto, fundamental importância nas redefinições pelas quais passa o setor em termos da adequação às exigências dos consumidores; exemplo disso é a ênfase no baixo teor de colesterol da carne de suíno, que passou assim a ser considerada como "a outra carne branca".

Por outro lado, ainda em relação ao mercado interno, nota-se que as empresas vêm adotando diferentes estratégias quanto à distribuição regional de suas plantas. O deslocamento da indústria em direção ao Centro-Oeste pode, por um lado,

¹³BOLETIM MENSAL [DA] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE SUÍNOS. s.l. : ABCS, n.15, set. 1992.

estar vinculado à busca de redução de custos das matérias-primas, e, por outro, à tentativa de ocupar posições estratégicas de distribuição em outras regiões. Isto implica necessariamente uma redefinição do padrão de concorrência entre as empresas, principalmente no tocante à sobrevivência das pequenas e médias voltadas para mercados locais. Ou seja, até que ponto é parte das estratégias das grandes empresas uma ampliação de sua esfera de atuação do ponto de vista de abarcar o conjunto do mercado nacional? E mais, até que ponto o mercado informal pode estar na mira das grandes empresas, numa possível estratégia de intensificação da produção de produtos de consumo de massa, com baixo nível de sofisticação?

Finalmente, resulta claro que todo este processo repercutirá na estrutura do complexo agroindustrial; a pergunta que deverá ser feita, especialmente a partir do deslocamento da produção para o Centro-Oeste, diz respeito às possibilidades da produção integrada continuar sendo a maneira mais barata de criar suínos. Cabe considerar a possibilidade de que a criação na região mencionada, caracterizada por uma estrutura de propriedade da terra muito diferente, permita aproveitar ganhos de escala vindos especialmente da redução dos custos de alimentação, favorecendo outro tipo de estrutura do complexo. Em particular, verifica-se que surgiu, na expansão do Centro-Oeste, um processo de integração a jusante, indo do cultivo de cereais para a criação de suínos, processo radicalmente diferente do verificado no Sul.

2 COMPORTAMENTO DO MERCADO INTERNACIONAL DE SUÍNOS

A criação de suínos, embora presente em quase todos os países por ser uma atividade tradicional, destaca-se em alguns deles, principalmente onde seu consumo é mais difundido ou onde o controle do mercado internacional é maior. A China, a ex-União Soviética, os Estados Unidos, a Alemanha e o Brasil detinham 72% do rebanho mundial em 1991, fato devido em grande parte ao elevado nível de consumo nesses países.¹⁴

Por outro lado, em termos globais, as exportações de carne suína têm se mantido em torno de 7% do total produzido mundialmente, o que indica que para a maioria dos países produtores esta é uma atividade predominantemente de mercado interno. Essa situação global, no entanto, apresenta diferenças significativas entre países quanto à sua inserção no mercado internacional. Os principais países exportadores são a Holanda e a Dinamarca, os quais juntos supriam, em 1992, 45% das exportações mundiais. Entretanto, é preciso enfatizar que o mercado mundial não é homogêneo nem globalizado, ou seja, não há uma predominância desses países no abastecimento mundial de carne suína, mas uma predominante relação bilateral que se fortalece no contexto de uma profunda fragmentação do mercado. Mais do que isso, esse mercado não obedece às características e às necessidades históricas dos países importadores, há sim uma dinâmica dada pelas mudanças no padrão de consumo, resultado das inovações tecnológicas introduzidas no processamento industrial da carne e da crescente prioridade às carnes com baixo nível de colesterol.

Em termos da configuração regional do mercado mundial, observa-se uma nítida formação de nichos justificada por diferentes razões. As exportações americanas

¹⁴ Em termos quantitativos, a produção mundial de carne suína foi de 67 milhões de toneladas em 1992, enquanto a produção de frango somou 28 milhões de toneladas e a de bovinos, 48 milhões.

tem sido realizadas basicamente para o Japão e México, países convertidos em grandes importadores. O primeiro tem apresentado nos últimos anos uma crescente deficiência de oferta interna, elevando o volume de carne suína importada a um nível recorde de 705.000 toneladas em 1993, das quais 30% são oriundas dos Estados Unidos. Nesse caso, a competitividade americana está baseada primeiramente em preços inferiores aos dos demais exportadores, especialmente Taiwan, que tem aumentado seus volumes exportáveis, inclusive ao Japão nos últimos anos. Esta posição vantajosa dos EUA em relação ao mercado japonês se deve basicamente às condições desenvolvidas por sua indústria para fornecer carne mais magra, resfriada e com cortes especiais. Mais ainda, a capacidade da indústria americana de manter um suprimento regular é um importante fator de competitividade em relação aos seus principais concorrentes europeus. Aspecto importante associado à eficiência da indústria americana é a elevada taxa de desfrute¹⁵, 163,2%, nível aproximado apenas pela Comunidade Econômica Européia (160%). Com isso tornam-se nítidos os parâmetros da competitividade da indústria porcina, no que se refere à conquista de um importante mercado, o Japão, cujos níveis de importação vêm se elevando constantemente a partir de 1985.

O segundo mercado praticamente dominado pela indústria americana é o mexicano, ao qual exporta carne congelada e resfriada e mesmo animais vivos. A capacidade dos EUA de fornecer carne suína a um preço competitivo dentro do próprio território mexicano é altamente convidativa para a política de contenção do preço dos alimentos desenvolvida pelo país importador. De uma maneira geral, entretanto, os Estados Unidos se caracterizam por serem deficitários no comércio de carne suína, constituindo-se assim em importadores líquidos, apesar da tendência de redução desse déficit em anos recentes.

¹⁵ Denominando D a taxa de desfrute, RT_t ao rebanho total num determinado ano, RT_{t-1} ao rebanho total no ano anterior e A ao número de animais abatidos no ano, calcula-se a taxa de desfrute segundo a fórmula $D = [A + (RT_t - RT_{t-1})] \times 100 / RT_t$ (LANZER, E.A.; MALHEIROS, R.C.C. *Análise da suinocultura brasileira*. Florianópolis : UFSC, 1993).

TABELA 1 - DISTRIBUIÇÃO DA PRODUÇÃO DE CARNE SUÍNA ENTRE OS PRINCIPAIS PAÍSES EUROPEUS

PAÍS	PRODUÇÃO (%)
Alemanha	23
França	14
Espanha	13
Holanda	11
Dinamarca	10
Itália	10
Reino Unido	7
Outros	11

FONTE: USDA

Por sua vez, o mercado da Comunidade Econômica Européia tem sido abastecido por sua própria oferta interna, uma vez que a França, a Irlanda e a Itália têm aumentado seus rebanhos, candidatando-se inclusive a entrar nos principais mercados mundiais. Entretanto, os criadores tradicionais – a Alemanha, a Holanda e a Dinamarca – têm se destacado no mercado mundial como supridores, inclusive aos próprios americanos. Basta dizer que estes dois últimos países exportaram, em 1992, 22% de suas produções.

O consumo mundial de carne suína apresentou um pequeno aumento nos últimos cinco anos, sendo que o maior mercado está concentrado na China, que representa em torno de 50% do volume consumido mundialmente. Porém, em termos de per capita, há uma superioridade dos países europeus, em grande parte associada à tradição de consumo deste tipo de carne e ao clima frio na maioria deles. No caso da China, apesar de deter o maior rebanho mundial de suínos, seu mercado é quase exclusivamente doméstico, o qual tem apresentado uma tendência de expansão nos últimos anos, de 1988 a 1990. A ex-União Soviética tem aumentado suas importações em grande parte devido a uma queda na sua produção em torno de 23% desde 1988.

TABELA 2 - CONSUMO ANUAL PER CAPITA DE CARNE SUÍNA NOS PRINCIPAIS PAÍSES EUROPEUS

PAÍS	CONSUMO ANUAL (Kg/hab.)
Alemanha	50
Dinamarca	66
Espanha	51
Suécia	55
Polónia	53
Bélgica/Luxemburgo	52
Áustria	52

FONTE: USDA

Por outro lado, em 1992, 70% das exportações holandesas se destinaram à própria Europa, com perspectivas de aumento para os próximos anos. O caso da Alemanha é digno de nota, uma vez que apesar de deter o maior rebanho e ser o maior produtor de carne suína sofreu nos últimos anos, após a unificação, uma redução de seu rebanho devido a um excessivo abate - em torno de 8 milhões de cabeças - para atendimento momentâneo do abastecimento interno, gerando inclusive um aumento do volume de importação nesse período.

De maneira geral, a Comunidade Européia tem obtido um suprimento de carne suína mais do que suficiente, reforçado até mesmo pelos programas de ajuda à estocagem (*Storage Aids*) em vigor a partir de 1991. É possível, em função desse aumento de oferta, que tenha havido uma redução de preços ao consumidor, com conseqüente aumento nas quantidades consumidas. Por outro lado, a perspectiva de elevação nos excedentes exportáveis torna-se mais concreta, inclusive sob a guarda de uma política de ajuda às exportações.

Em termos globais, a produção de carne suína tem aumentado, associada a um aumento de 10% no volume consumido entre 1988 e 1993, refletindo, portanto, uma firme expansão de mercado. Entretanto, a participação das importações no volume consumido não é significativa, com exceção do Japão e do Reino Unido. Este último, apesar de ter suas importações prejudicadas pela queda do valor da libra esterlina, tem sido um tradicional importador, principalmente da Holanda.

TABELA 3 - EXPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA PELOS PRINCIPAIS PAÍSES - 1988-1993

PAÍS	(em mil t)					
	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Alem.Ocid.	416	213	356	250	150	148
Dinamarca	844	842	873	967	1 030	1 135
Holanda	990	1 027	1 056	1 012	1 014	1 000
França	180	190	210	252	300	320
Belg. Lux.	344	369	359	435	446	468
Hungria	133	135	210	144	110	105
EUA	88	119	108	128	185	204
Canadá	319	305	314	266	300	260
China	170	203	235	268	150	200

FONTE: USDA

A dinâmica desse mercado não é dada pelo simples jogo de oferta e demanda e pelas situações deficitárias dos países importadores. Mais do que isso são fundamentais as vantagens competitivas obtidas pelos integrantes do mercado para conquistas de oportunidades entre os países importadores. Essas vantagens na verdade resultam numa intensa segmentação desses mercados, nos quais se sobressaem os desenvolvimentos tecnológicos obtidos nessa indústria. Exemplo disso é a recente projeção da Itália no mercado internacional, em função de um tipo especial de presunto, o de Parma. No entanto, em termos gerais as vantagens determinantes no mercado, principalmente japonês, são aquelas oriundas de baixos preços, cortes especiais, basicamente de carne com baixo conteúdo de gordura, as quais têm sido exploradas pelos Estados Unidos, a Holanda e a Dinamarca. Isto indica que a competitividade desses países está assentada na sua capacidade de obter um produto tecnologicamente mais desenvolvido, ou seja, um produto resultado de investimentos em P&D, de uma elevação da taxa de conversão, da redução dos custos de alimentação, etc.

Por outro lado, apesar do rebanho chinês ser grande, sua participação no mercado internacional é insignificante, devido ao fato de o suíno criado ser do tipo banha e com longo tempo de maturação. A alimentação animal no referido país não segue os padrões da suinocultura moderna, sendo feita basicamente por sobras alimentares e restos oriundos das lavouras. Embora o baixo custo da força de trabalho (em função de abundante oferta de trabalhadores) propicie um ganho em termos de custo de produção, esse sistema de criação de suínos resulta num animal pouco aceitável no mercado internacional, dada a predominância do suíno tipo carne, cuja tendência combina investimentos na redução do nível de colesterol com uma mudança no padrão de consumo, dando maior importância a produtos com baixo teor de gordura.

Têm-se, então, como principais competidores Estados Unidos, Europa e recentemente Taiwan, os quais se destacam no investimento em tecnologia genética e

na melhoria das condições infra-estruturais, aspectos principais dos ganhos de competitividade no mercado internacional. Associa-se a isso os diferenciais de custo de alimentação animal e as políticas de suporte na forma de subsídio ou estímulo às exportações. No caso da alimentação, segundo avaliação do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos, os grãos são fundamentais, o que significa que os criadores norte-americanos de suínos desfrutam de uma grande vantagem em relação aos seus concorrentes europeus, por terem maior acesso a esses componentes da dieta animal (USDA).

Outro aspecto fundamental no mercado internacional refere-se às condições de acesso aos mercados compradores. Regulamentos severos sobre controle de qualidade e uma posição agressiva dos criadores nacionais podem significar um forte limite à entrada de produtos estrangeiros. O caso dos Estados Unidos elucida bastante essa questão, uma vez que as exigências impostas pelo controle sanitário abrangem até a origem dos produtos. A inspeção federal americana estabelece que tanto a carne quanto os produtos derivados oriundos de países estrangeiros não podem ser importados pelos Estados Unidos, a menos que sejam atendidos todos os requisitos de inspeção e aqueles referentes ao padrão recomendado de criação estabelecido para os próprios produtores americanos.

TABELA 4 - EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CARNE SUÍNA, SEGUNDO PAÍS DE DESTINO - 1990-1992 (em toneladas)

DESTINO	1990		1991		1992	
	Natura	Ind.	Natura	Ind.	Natura	Ind.
Argentina	-	-	243,3	-	19 992,9	37,0
Alemanha	247,9	-	383,9	-	949,2	-
Espanha	2909,3	-	582,6	-	1 964,1	-
Hong Kong	8 607,9	-	12 638,1	-	14 349,6	-
P. Baixos	165,7	-	825,5	-	1 224,3	-
Suíça	309,0	-	422,6	-	308,4	-
Uruguai	78,0	-	100,5	17,0	428,4	17,0
Outros	184,0	-	187,4	-	687,8	-
TOTAL	12 501,8	-	15 383,9	17,0	39 904,7	44,0

FONTE: DECEX

O perfil do mercado internacional está determinado, portanto, pela supremacia americana e europeia, consequência do domínio do mercado por parte

desses países por meio de inovações no campo da genética e de seus ganhos crescentes em produtividade. Isto significa que as possibilidades abertas aos restantes países exportadores - Brasil incluído - são restritas, sendo apenas aproveitáveis pelas empresas cujo processo produtivo atinge uma significativa redução de custos, além de conseguir atender às exigências sanitárias dos países importadores.

Por outro lado, verifica-se que até as grandes empresas brasileiras têm entrado no mercado externo apenas com produto *in natura*. Ou seja, a diversificação dos produtos industrializados, embora seja um aspecto importante da concorrência na indústria dos países importadores, não se tem constituído numa possibilidade que leve à conquista de espaço no mercado internacional.

Há, portanto, uma significativa evolução do volume de carne *in natura* exportado pelo Brasil, embora se possa dizer que tal comportamento das exportações seja bastante disperso, do ponto de vista dos países de destino. Apenas a compra pela Argentina em 1992, significando um grande aumento em relação a 1991, representou 50% das exportações brasileiras totais naquele ano. Dentre os demais países importadores, destaca-se Hong Kong, tanto pela tendência crescente ao longo do período, quanto pela sua participação relativa. De uma maneira geral observa-se que o mercado externo da carne suína brasileira está disperso em pequenas quantidades exportadas, sendo que os maiores volumes não se destinam ao principal mercado de produtos agropecuários, qual seja, a Comunidade Econômica Européia. Apesar disso há um certo otimismo por parte dos produtores, manifestado pela Associação Brasileira dos Exportadores de Carne Suína, segundo a qual se assiste recentemente a uma tendência favorável do mercado externo e uma perspectiva viável para a indústria suinícola nacional.

Quanto aos estoques mundiais de carne suína, conforme a tabela 5, há uma grande concentração dos mesmos entre os países da CEE.

De qualquer forma, observa-se que o volume exportado de carne suína representa uma parcela irrisória da produção nacional, predominantemente de carne *in natura*, apesar de ter elevado sua importância de 1,2% em 1990 para 3,5% em 1992. A

carne industrializada é ainda mais insignificante como produto exportado, além de se referir apenas ao toucinho, o produto é pouco sofisticado do ponto de vista industrial. Os produtos exportados *in natura* podem ainda ser divididos entre meias-carcaças, que representaram 12% em 1992, sendo o restante composto de pernil, carré, copa-lombo, paleta, costela e outros cortes.¹⁶

TABELA 5 - ESTOQUE MUNDIAL DE CARNE SUÍNA - 1988-1993

PAÍS	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Am. Norte	171	211	154	145	192	180
Am. do Sul	22	10	21	18	11	56
CEE	124	115	81	191	216	213
E. ã Com.	14	12	13	12	6	6
L. Europeu	350	316	295	316	223	158
Ásia	99	101	137	106	90	97
Oceania	2	2	3	3	4	5
TOTAL	782	767	704	791	742	715

FONTE: USDA: BOLETIM MENSAL [DA] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES SUÍNOS. s.l. : ABCS, n.15, set. 1992

Mesmo sendo pouco expressivas, as exportações de carne estão bastante concentradas pelas empresas exportadoras, quanto no tocante à sua procedência regional. Os estados do Sul dividem entre si a totalidade das exportações, com destaque para Santa Catarina, onde a atividade está bastante desenvolvida, levando-se em conta não apenas a criação, reforçada pela predominância da pequena unidade produtiva, mas principalmente a localização de grandes indústrias frigoríficas.

TABELA 6 - DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL DA EXPORTAÇÃO DE CARNE SUÍNA IN NATURA, ENTRE OS PRINCIPAIS ESTADOS PRODUTORES - 1990-1992

ESTADO	1990	1991	1992
Paraná	26,2	29,3	24,8
Santa Catarina	72,6	64,6	54,1
Río Grande do Sul	1,2	6,1	21,1

FONTE: DECEX

Como mencionado acima, as principais indústrias de carne suína estão localizadas na região Sul do país, com plantas distribuídas entre os três estados que a

¹⁶ BOLETIM MENSAL [DA] ASSOCIAÇÃO DE CRIADORES SUÍNOS, 1992.

compõem. Seguindo o mesmo padrão de concentração que se observa na produção industrial, observa-se que as cinco maiores empresas detinham 99,6% das exportações em 1992 e, considerando-se apenas as três maiores em volume exportado, representam 63,5%. Por outro lado, o fato de as exportações serem de carne *in natura* significa, ao menos em parte, que o desenvolvimento tecnológico obtido por essas empresas - o que inclui o conjunto do sistema de integração - não gerou ainda ganhos de produtividade (competitividade) para lhes permitir ter seus produtos (marcas) lançados no mercado externo. A disputa entre as empresas se dá, portanto, no contexto do mercado doméstico. É possível, no entanto, que essa indústria esteja passando por um movimento cíclico descendente no tocante às exportações. Isto refere-se mais diretamente ao Estado de Santa Catarina, uma vez que ele era um grande exportador até 1977, após o que a incidência da Peste Suína reduziu drasticamente seu potencial exportador. A volta das perspectivas de exportação por parte da indústria suína brasileira está em grande parte associada à abertura do MERCOSUL, principalmente a Argentina.¹⁷

Sendo assim, a competitividade da indústria, se pensada em termos dos ganhos de mercado externo, é insignificante, pelas evidências demonstradas. Ou seja, a dinâmica do mercado internacional não influi na maior ou menor competitividade das indústrias, basicamente em função das condições restritivas deste mercado. Trata-se, portanto, de uma opção pelo mercado interno como alternativa estratégica das empresas com capacidade para exportar. A partir de entrevistas realizadas junto a duas empresas industriais do ramo, confirmou-se que o mercado interno ainda é essencial em termos do destino de suas vendas.

Entretanto, é importante destacar que a venda de carcaça no mercado externo está amplamente condicionada por barreiras sanitárias, cuja superação vai além de simples deliberações formais. Pode-se dizer que existem a esse respeito duas barreiras

¹⁷ MIOR, L.C. *Empresas agroalimentares, produção agrícola, familiar e competitividade no complexo carnes de Santa Catarina*. Itaguaí, 1992. Dissertação (Mestrado), UFPRRJ/CPDA.

a serem superadas. A primeira se refere ao atendimento às exigências por parte dos países importadores, efetivos ou potenciais, quanto à eliminação de focos de incidência de doenças nas áreas de criação. Qualquer suspeita, nesse sentido, implica uma série de demandas, tanto para sua efetiva erradicação quanto para que os sistemas de criação e abate sigam regras sanitárias mais rígidas. Em segundo lugar, a dinâmica dos negócios e o próprio comportamento do consumidor necessitam de uma segurança que vai além das exigências legais. Há aqui um clima psicológico, difícil de ser superado, cujas conseqüências para o produtor são altamente negativas. Em outras palavras, o efeito psicológico em cadeia e as manipulações a que esse processo está sujeito colocam dificuldades que reforçam ainda mais as barreiras às exportações. Ainda no tocante a este aspecto, é importante destacar que a inserção da indústria suinícola brasileira no mercado externo não se pauta somente pelos aspectos de custos e produtividade. Sua competitividade está profundamente afetada pela operação de mecanismos de controle sanitário na forma descrita acima. De qualquer forma, as exigências dos países importadores, quanto à qualidade do produto, no caso da carcaça implicam um controle rigoroso sobre a matéria-prima pela indústria processadora, tendo em conta o comportamento do consumidor final. Ou seja, a seleção criteriosa das fontes de matéria-prima é um elemento central da qualidade do produto final. Por outro lado, a instabilidade sanitária à qual está sujeita a indústria nacional é um aspecto que pode facilmente minar as posições dessa indústria no mercado internacional e extensivamente a colocação de produtos industrializados nesse mercado. Entretanto, mesmo considerando essas dificuldades, a ABECS entende que "[...] a agressividade do empresário brasileiro parece começar a quebrar o estigma que durante anos acompanhou o segmento suinocultor nacional, barrando ações de crescimento sob a alegação de doenças há muito erradicadas dos centros produtores."¹⁸

Embora esteja claro que a performance dessa indústria está determinada pelas características do mercado interno, vale destacar que o advento do MERCOSUL

¹⁸BOLETIM MENSAL [DA] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE SUÍNOS, 1992.

abrirá novas possibilidades de mercado, principalmente para as grandes empresas. Isto evidentemente está determinado pelas vantagens de custo das empresas maiores, visto que não se trata apenas de uma conquista de um mercado consumidor, ainda que potencial. Mesmo considerando-se que a indústria suinícola dos demais países do Cone Sul seja ainda de pequena expressão, é preciso relevar os aspectos relativos ao padrão de consumo e à capacidade daquela indústria para ocupar algum espaço no conjunto desse mercado integrado. A comparação dos custos de produção para exportação entre Brasil e Argentina indica que, no caso dos suínos, há praticamente uma equiparação entre os dois.¹⁹

Por outro lado, é importante destacar quais as implicações do MERCOSUL para a indústria brasileira de suínos nos seus diversos segmentos de tamanho. Uma primeira avaliação indica que as grandes empresas estarão melhor posicionadas, em termos de custo e escala de produção, para atender a uma expansão de mercado. Isto pode, entretanto, representar a abertura de brechas ou a ampliação de nichos das pequenas empresas no abastecimento de mercados locais e regionais no Brasil. Apenas é preciso considerar que investimentos em alguma dimensão seriam necessários para impor suas marcas junto ao consumidor. Sendo assim, pode-se supor que a perspectiva das empresas pequenas e médias frente às grandes poderia, por um lado, ser melhorada, desde que as grandes se deslocassem para atender ao mercado externo. Por outro lado, as pequenas e médias não podem deixar de levar em consideração o limite que para elas representa o setor informal e clandestino. Entretanto, isso não significa que as grandes empresas venham substituir suas estratégias de ocupar nichos no mercado interno por investidas num mercado externo possivelmente promissor, seja ele o MERCOSUL seja algum outro.

¹⁹ INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. MERCOSUL : custos e incidência tributária na produção agropecuária e agroindustrial. Curitiba : IPARDES, 1992. 63p.

3 EVOLUÇÃO DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NO BRASIL

Nos anos 70, a agricultura, de um modo geral, passou por um intenso processo de transformação produtiva. Não só sua base técnica foi totalmente alterada, como ocorreu nesse processo a instalação de diversas empresas oligopolizadas a ela vinculadas. Novos segmentos da indústria agroalimentar surgiram e outros se modernizaram, graças às políticas agrícolas e industriais (financiamentos, etc.) que permitiram a consolidação de uma estrutura industrial com nível tecnológico semelhante ao predominante no cenário internacional.

Esse processo também foi verificado na indústria de suínos. Porém, diferente de outros segmentos da indústria de carnes, como o de aves relativamente pouco tradicional, o de suínos se caracteriza por ser uma atividade antiga e que se inseriu no bojo do processo de industrialização de algumas regiões. A modernização do processo de produção nessa indústria não foi homogêneo e esteve mais restrito aos grandes grupos empresariais que iniciaram suas atividades a partir do processamento de suínos, diversificando-as posteriormente para outros tipos de carne, especialmente para a avicultura.

Enquanto a indústria de carne avícola avançou rapidamente, face à incorporação de modernas tecnologias tanto no que se refere à matéria-prima quanto no processamento e organização da produção,²⁰ a indústria suinícola não sofreu profundas alterações na sua base tecnológica. Simultaneamente, enquanto o consumo do primeiro tipo de carne evoluiu rapidamente nos anos 70, o de suínos ficou praticamente estabilizado (tabela 7).

²⁰ RIZZI, Aldair T. *Mudanças tecnológicas e reestruturação da indústria agroalimentar : o caso da indústria de frangos no Brasil*. Campinas, 1993. Tese (Doutorado), UNICAMP.

TABELA 7 - EVOLUÇÃO DO CONSUMO PER CAPITA DE CARNES NO BRASIL - 1970/1990

ANO	FRANGO (Kg/hab.)	BOVINO (Kg/hab.)	SUÍNO (Kg/hab.)
1970	2,3	22,2	7,6
1975	4,9	19,2	7,1
1980	8,7	17,2	8,2
1985	8,9	12,1	6,9
1990	13,4	12,5	7,0

FONTE: UBA - União Brasileira dos Abatedouros de Aves

Evidentemente, a estagnação do consumo de suínos se deve a outros fatores que vão além da questão tecnológica, embora esta se constitua como elemento mais importante para a redução de custos e de preços e, portanto, para a difusão do consumo. Desse ponto de vista, é mister adiantar que diferente do setor de aves, que incorpora tecnologia de melhoramento genético difundida em nível internacional, o de suíno só mais recentemente passou a ser alvo de pesquisa genética, a qual encontra-se em estágio incipiente no Brasil. No caso da indústria avícola, também é importante lembrar que a incorporação de tecnologia através da utilização de máquinas e equipamentos automáticos, baseados na eletro-mecânica, é facilitada pelo tamanho do animal e sua padronização, ao contrário do que ocorre com os suínos.

Acrescente-se ao já mencionado que a difusão do consumo da carne suína encontra barreiras no próprio padrão de consumo da sociedade brasileira. Os hábitos alimentares no Brasil privilegiam outros tipos de carne, especialmente a bovina que, face aos preços mais elevados e a situação da distribuição de renda, encontra substituto na carne de frango. A carne suína, então, além de apresentar preços relativos mais elevados em relação à carne de frango²¹, encontra entraves no costume da população e em alguns "tabus" vinculados a sua qualidade e aos seus efeitos sobre a saúde. Assim, o elevado crescimento populacional ocasionado pelo aumento vegetativo da população, acompanhado pelo processo migratório para os grandes centros urbanos e pelo lento aumento da renda da população, não se refletiu em aumentos mais do que

²¹Entre 1972 e 1982, o preço da carne de frango sempre esteve abaixo da carne de porco, variando entre 32% (1972) e 52% (1982).

proporcionais do consumo de carne suína. O resultado foi uma expansão pouco significativa da produção industrial, embora se identifique um forte crescimento da produção catarinense, mantendo-se a região Sul como maior produtora de suínos (tabela 8).²²

TABELA 8 - PRODUÇÃO DE SUÍNOS CONTROLADA PELA SIF NA REGIÃO SUL E RESPECTIVAS PARTICIPAÇÕES PERCENTUAIS, SEGUNDO OS ESTADOS PRODUTORES - 1980/1990

ESTADO	1980		1985		1990	
	(n° cab.)	%	(n° cab.)	%	(n° cab.)	%
Santa Catarina	2 925 234	39,8	3 507 999	54,6	3 908 350	53,2
Rio G. do Sul	2 888 131	39,3	1 512 698	23,5	1 871 814	25,5
Paraná	1 535 066	20,9	1 404 176	21,9	1 565 261	21,3
TOTAL Região Sul	7 348 431	100,0	6 424 873	100,0	7 345 425	100,0

FONTE: ANAB - Associação Nacional dos Abatedouros de Suínos

A crescente concentração da produção nessa região explica-se por alguns fatores: em primeiro lugar, ela constituiu-se como importante produtora de milho e soja, insumos básicos para a produção de rações; em segundo lugar, também caracteriza-se pela existência de uma estrutura fundiária com significativa proporção de pequenos produtores agrícolas, os que em geral produziam suínos de forma independente como parte das atividades normais de suas pequenas propriedades familiares e os que, nos últimos anos, tenderam a se integrar com os frigoríficos abatedouros; por último, e o que parece mais importante, é o fato de que nessa região as empresas da indústria de suínos operam com base em grande escala, apresentando ganhos sinérgicos pela diversificação na produção de outros tipos de carnes, principalmente frangos.

Essas condições permitiram que se combinassem diversas atividades complementares da cadeia produtiva do complexo carnes. Assim, a indústria suinícola está intimamente ligada à expansão das culturas de milho e soja, que são componentes principais de sua cadeia produtiva, por permitirem a transformação de proteína vegetal em proteína animal. Além disso, as empresas líderes da Região Sul, aproveitando as

²²A Região Sul representava, em 1990, 43,4% da produção controlada pelo SIF.

características produtivas da região e de sua estrutura fundiária, passam a integrar verticalmente algumas das atividades vinculadas, obtendo, assim, ganhos de escala na distribuição dos produtos.

Ressalte-se que as empresas da Região Sul, além da diversificação, passaram a diferenciar produtos. Assim, se nos anos 70 a produção estava assentada na geração de produtos homogêneos, nos anos 80 o padrão de crescimento da indústria passou a incorporar novos produtos que constituem os elementos principais das estratégias implementadas pelas grandes empresas, particularmente as líderes. A partir destas, aumentam a concentração econômica e a centralização de capitais, via aquisições de empresas e diversificação em indústrias correlatas. Assim, no caso dos suínos, cerca de 80% dos produtos finais têm forma de produtos processados.

O lançamento de novos produtos industrializados e novas embalagens, em suma, faz parte tipicamente da estratégia de mercado apenas das grandes empresas, localizadas no topo da estrutura industrial, cuja estratégia de diferenciação abarca geralmente a transformação das matérias-primas oriundas dos três principais tipos de carne. Essa estratégia significa, em última instância, a busca de fatias de mercados que, embora restritas pelo padrão de distribuição de renda, são típicas dos mercados dos grandes centros urbanos. Assim, embora em escala reduzida, nos últimos anos criaram-se, nas camadas de maior renda, hábitos de compra que acompanham os padrões de consumo dos países desenvolvidos. Além disso, a ofensiva das empresas líderes tem extrapolado os mercados da indústria de carnes. Lançam-se em mercados mais competitivos e dominados por empresas multinacionais, como é o caso do óleo de soja e das margarinas e maioneses. Esses mercados são do tipo oligopólico diferenciado, onde a marca e o aprendizado do consumidor, associados à pesquisa, desenvolvimento e marketing, constituem as principais barreiras à entrada.

O ingresso das empresas líderes da indústria de suínos em novos mercados, mediante o lançamento de novos produtos, exige por parte das mesmas padrões de concorrência característicos desses novos mercados. Particularmente, o ingresso nesses, embora possam apresentar fortes barreiras à entrada, é facilitado em função de

as empresas líderes já possuem um reconhecimento de sua marca por parte do consumidor. Alguns elementos que contribuem para essa diversificação podem ser identificados: primeiro, por já deterem um conhecimento dos canais de distribuição, as empresas líderes conseguem ganhos de escalas na comercialização, reduzindo os custos de colocação do produto e facilitando as vendas casadas; segundo, possuem marcas conhecidas na área de produtos cárneos e investem fortemente em propaganda e publicidade; e, fundamentalmente, pela maior capacidade de agregação de valor nas matérias-primas e/ou nos produtos secundários que se geram no processo de produção e que, dentro das novas estratégias, servem de matérias-primas para produção dos novos produtos.

Este processo de diferenciação de produtos por parte das empresas líderes e os respectivos mecanismos de concorrência já estavam colocados para essas empresas desde meados dos anos 80. Isso significa que, além da tradição da marca de algumas empresas líderes, ela é ampliada e consolidada a partir do momento em que o lançamento de novos produtos passa a exigir novos gastos em propaganda para diferenciá-los dos demais. Isso tem sido uma constante por parte das empresas líderes, que atualmente possuem uma vasta gama de produtos diferenciados colocados no mercado, número elevado para os padrões do mercado consumidor brasileiro. Ademais, em muitos casos aquelas empresas que centralizam capital pelo processo de aquisição de outras mantêm como estratégia de concorrência a utilização da marca adquirida, já conhecida pelo consumidor, evitando assim maiores gastos com publicidade e a perda de espaços no mercado.

4 O SISTEMA DE INTEGRAÇÃO E OUTROS ASPECTOS RELEVANTES DA PRODUÇÃO NA INDÚSTRIA SUINÍCOLA

O desenvolvimento histórico da suinocultura no Brasil, em especial nos estados do Sul, tem-se baseado no sistema de integração entre a indústria frigorífica e os criadores, refletindo as estratégias adotadas pela indústria no tocante ao controle sobre a qualidade da matéria-prima. Esse sistema, entretanto, desenvolveu-se ao longo dos anos de forma gradativa, tendo se iniciado como uma adequação da demanda industrial às condições originais dos produtores em termos de sua infra-estrutura básica e da qualidade do rebanho, feita a ressalva de que desde os primórdios desse sistema enfatizou-se a substituição do animal tradicional, de tipo banha pelo de tipo carne. Dessa forma, a aproximação da indústria ao produtor se dava de forma parcial, o que significava apenas o compromisso de compra, ou um mercado exclusivo para o criador.

Na atual estrutura de funcionamento da indústria suinícola, o sistema de integração tem se tornado uma peça fundamental para elevar o grau de competitividade da empresa processadora. Nesse sentido, não se trata mais apenas de uma relação de contrato com o criador, mas uma extensão dos domínios técnicos da indústria aos quais a atividade de cria e engorda se insere. A partir desta perspectiva observa-se, especialmente entre as grandes empresas, que o modelo de crescimento dessa indústria está amplamente assentado numa relação com a atividade de criação que proporciona, segundo avaliação dos próprios empresários do setor, uma vantagem do sistema de integração para obtenção da matéria-prima, quando comparado ao fornecimento via mercado.

O atual modelo de integração adotado pelas grandes empresas, o qual funciona como uma peça cada vez mais articulada à busca de melhoria da qualidade da matéria-prima pela indústria, possui - em sua versão mais sofisticada - algumas

características básicas comuns a todas elas. Em primeiro lugar, os produtores recebem as matrizes e procedem à reprodução dos leitões, os quais são distribuídos para outros criadores, onde será terminada a criação, após o que o animal será entregue diretamente à indústria abatedora. Esse é o sistema adotado pelo sistema cooperativo, como se observou junto à Cooperativa Aurora, uma das maiores empresas do ramo, no oeste de Santa Catarina. A condição de associado facilita o contato entre a cooperativa e seu quadro de fornecedores e criadores.²³

Observa-se, entretanto, uma tendência de especialização de determinados segmentos no conjunto do sistema de integração. As matrizes são produzidas pelas granjas da cooperativa, as quais são distribuídas para certos associados. Estes fazem sua criação, distribuindo-as para os associados que irão produzir o leitão ou o suíno a ser entregue na cooperativa central pronto para o abate. Esse repasse pode também ser feito por alguns produtores cujo perfil é considerado mais adequado do ponto de vista tecnológico e sanitário para a criação das matrizes.

Esta condição diferenciada está associada à escala de produção dos criadores. Aqueles com um número pequeno de matrizes assumem a posição de terminadores, realizando, assim, a fase final da criação dos leitões, que é a engorda, iniciada naquelas unidades produtivas dotadas de melhores condições infra-estruturais e tecnológicas. Por outro lado, aqueles que se dedicam apenas à terminação podem prescindir de um perfil tecnológico mais desenvolvido e até mesmo de mão-de-obra mais especializada, tornando seu trabalho mais facilmente realizável, inclusive em termos do peso atingido pelos animais recebidos e posteriormente entregues para o abate. Torna-se possível, dessa forma, incorporar ao sistema produtores para os quais a

²³ Basicamente, poderíamos dizer que há duas formas de integração dos produtores: a) vertical, na qual produtores diversos recebem material genético, produtos veterinários, orientação técnica, etc. fornecidas por uma indústria (ou cooperativa) que promete comprar o animal, sendo que o produtor deve oferecer basicamente as instalações, a mão-de-obra e o grosso da alimentação; e b) horizontal, na qual diversos produtores se agrupam para reduzirem diversos custos, conseguirem mais assistência técnica, etc., além de poderem conseguir maiores preços para seus animais. Veja-se que a integração horizontal não exclui a possibilidade da vertical, pois uma indústria pode estabelecer com um condomínio ou cooperativa de produtores uma relação semelhante à que estabelece com os produtores isolados. Conste que uma indústria também poderia teoricamente optar por uma integração vertical completa, porém não parece relevante no Brasil este tipo de organização da produção.

criação de suínos não é importante como fonte de renda. Igualmente, os pequenos produtores com perfil econômico e técnico mais precário podem se envolver no sistema, sem que haja prejuízo para a indústria quanto à qualidade da matéria-prima ou para o criador, cujo volume de produção encontrar-se-ia abaixo da escala mínima requerida para a atividade. Sendo assim, passam a funcionar integrados numa mesma dinâmica produtores com níveis distintos de rendimento. Aqueles com um volume maior de produção, com 20 matrizes, por exemplo, assumem a etapa da iniciação, produzindo, portanto, os leitões, os quais são destinados aos que tem uma ou duas matrizes, responsáveis dentro desse sistema pela etapa da terminação. Essa divisão de trabalho no âmbito da criação pode levar o iniciador a perder seu espaço se o animal repassado ao terminador não atender às exigências estabelecidas pela indústria abatedora no tocante à qualidade do animal. Da mesma forma o terminador, ao melhorar seu manejo, apresentando melhoras no perfil dos animais destinados ao abate, podem assumir a condição de iniciador, o que significaria, evidentemente, ganhos adicionais. Há, portanto, uma mobilidade entre os integrantes do sistema, de acordo com a capacidade de resposta às exigências estabelecidas pela indústria.

Por sua vez, a indústria cooperativa assume o compromisso de compra desses associados, criadores do "produto" final, desde que o retorno do suíno pronto para o abate atenda a determinadas especificações de carcaça, exatamente dentro dos padrões estabelecidos pela indústria, o que já está contido no perfil das matrizes criadas e distribuídas.

Um sistema semelhante, observado junto à empresa Chapecó, é composto de três segmentos básicos:

- **Unidades Terminadoras:** dedicam-se apenas à fase final de formação do animal a ser abatido pela indústria, a partir do leitão adquirido do segmento produtor do leitão.
- **Unidades Produtoras de Leitões:** obtêm o animal ainda a ser desenvolvido nas Unidades Terminadoras.

- **Unidades denominadas de Ciclo Total:** desenvolvem a atividade de criação em toda a sua extensão, englobando desde a obtenção do leitão até o desenvolvimento do animal pronto para o abate.

Independentemente das diferentes denominações entre os sistemas adotados, observa-se que há uma diferenciação entre os criadores, de forma que se possa transferir para o âmbito da atividade rural de criação um controle, o mais rígido possível, da qualidade do animal. Além disso, tem sido fundamental, e de importância crescente, o procedimento de tipificação de carcaças (capítulo 7 deste trabalho), que estabelece uma remuneração diferenciada ao produtor criador de acordo com a espessura do toucinho. Sendo assim, a indústria não apenas repassa ao criador um animal (matriz e reprodutor) tecnologicamente desenvolvido, como estabelece metas de rendimento a serem atingidas pelo criador, expressas não apenas em termos de peso do animal abatido como também da sua qualidade.

As estratégias da indústria passam, portanto, a envolver o produtor integrado como um elemento que se torna parte das metas da empresa, entre as quais é fundamental a tipificação de carcaças. Essa é a instância mais importante no sistema de integração, tendo em vista a diferenciação no rendimento. Isto, por outro lado, está condicionado a dois aspectos cruciais para o sistema como um todo. O primeiro se refere à genética, desenvolvida pela indústria através de cruzamentos das linhagens importadas, e o segundo diz respeito aos procedimentos de manejo na propriedade do criador. Como observado acima, esses requerimentos se aplicam mais diretamente aos iniciadores, onde os cuidados sanitários e o domínio da tecnologia estão mais presentes.

Na verdade, os ganhos oriundos da tipificação das carcaças (espessura do toucinho e peso) são resultantes das inovações adotadas no sistema de integração, estimulando o criador através de um procedimento que premia a eficiência na esfera da criação e diferencia os ganhos entre os produtores. Ao mesmo tempo, isso resulta de uma estratégia da indústria no sentido de homogeneizar o produto num padrão de qualidade mais elevada. Um rendimento superior da carcaça acarreta ganhos acima da

média do que equivaleria ao preço do dia pago ao criador/terminador. Esse controle por parte da indústria chega ao nível individual de cada animal, de forma a se poder identificar o lote e conseqüentemente o produtor. Qualquer rendimento abaixo do esperado pode ser avaliado pela indústria, de forma que inclusive os problemas sanitários possam ser superados.

O sistema de integração adotado predominantemente pelas indústrias líderes do oeste de Santa Catarina corresponde a um modelo de organização industrial e é um elemento crucial da competitividade dessas empresas. As perspectivas de deslocamento da indústria para o centro-oeste do Brasil implicam uma necessidade de mudanças na relação com o produtor rural. Certamente os ganhos de escala obtidos nessa esfera serão superiores, redefinindo, portanto, as estratégias da indústria em relação aos criadores.

Evidentemente, há também muitos suinocultores que não mantêm nenhum vínculo estável com as indústrias, comercializando seus animais terminados diretamente para o mercado. Pareceria razoável propor que nesse grupo encontram-se, em geral, grandes e médios produtores das regiões tradicionais e a totalidade dos produtores das demais áreas, conforme fazem GOMES et al.²⁴ Contrariamente, LANZER e MALHEIROS sugerem, no caso de Santa Catarina, que das 50.000 propriedades onde se comercializam animais, as 20.000 pertencentes a não integrados produzem um volume inexpressivo de suínos.²⁵

Pode ser estimado em 2,6 milhões o total aproximado de estabelecimentos agrícolas que se dedicavam à produção de suínos em 1990, embora os sistemas de produção sejam muito diferentes.²⁶ A partir de uma combinação de cinco variáveis

²⁴ GOMES, Marília Fernandes Maciel et al. *Análise prospectiva do complexo agroindustrial de suínos no Brasil*. Concórdia : EMBRAPA, 1992. p. 26.

²⁵ LANZER, E.A.; MALHEIROS, R.C.C., seção 2.1.1.

²⁶ LANZER, E.A., MALHEIROS, R.C.C., seção 1.2.

consideradas relevantes pode-se construir uma tipologia dos sistemas de produção de suínos.²⁷ Essas variáveis são:

- a) produtor;
- b) animais (genética);
- c) alimentação;
- d) instalações;
- e) aspetos sanitários.

A tipologia construída permite caracterizar cinco sistemas:

- a) confinado de alta tecnologia;
- b) confinado tradicional;
- c) semi-confinado;
- d) criação ao ar-livre;
- e) extensivo.

A linha de corte que separa as duas primeiras categorias das três últimas é o tipo de instalações existentes ou não. Nestas três os animais caracterizam-se por passar parte da sua vida em locais não-confinados, sendo que no último sistema tal característica é permanente. Nos sistemas *c* e *d* os animais são confinados para engorda, e o critério que diferencia ambos é o fato de os outros animais estarem permanentemente (ar-livre) ou parcialmente (semi-confinado) em piquetes.²⁸ Veja-se que esta tipologia independe do grau de vinculação dos produtores com as indústrias, por dizer respeito exclusivamente às características técnicas da unidade produtiva. Pode-se afirmar, contudo, que os produtores integrados basicamente se encontram nos grupos *a* e *b* da classificação proposta.

²⁷ Esta classificação baseia-se em GOMES et al., os quais falam de seis variáveis, incluindo também o manejo. Como esta variável é, contudo, irrelevante para a tipologia construída por estes mesmos autores, preferimos omiti-la. (GOMES, p.19)

²⁸ Obviamente, a utilização de recursos tecnológicos modernos por parte destes produtores, com relação às instalações, à genética, etc. é mínima ou diretamente inexistente.

Os sistemas de confinamento permanente podem ser divididos de acordo com o tipo de tecnologia; pode-se afirmar que o sistema de alta tecnologia apresenta caráter empresarial e utiliza os mais modernos recursos, enquanto o tradicional apenas incorpora parcialmente a tecnologia de ponta, sendo que este último grupo está em parte composto por produtores cuja atividade principal não é a suinocultura. Estimativas apresentadas por GOMES et al. sugerem que os produtores em sistema de confinamento representariam 40% do total (15% de "modernos" e 25% "tradicionais").²⁹

Devemos lembrar, também, que uma parcela importante dos produtores, proprietários de plantéis de suínos de tamanho abaixo da média, criam os animais essencialmente para consumo próprio; uma estimativa sugere que mesmo no estado mais tipicamente suinícola, Santa Catarina, 70% dos 170.000 indivíduos considerados como produtores manteriam suínos exclusivamente com essa finalidade.³⁰

Vinculando esta estrutura com outras informações que apontam como industrializada por volta de 70% da carne de porco consumida no país³¹, ao passo que o restante o é *in natura*,³² pareceria plausível imaginar que as indústrias operam com um patamar mínimo dado pela produção dos criadores integrados, enquanto utilizam os produtores independentes como fonte complementar de sua matéria-prima (como variável de ajuste, poderia se dizer). Estes últimos, por sua vez, representariam a

²⁹ GOMES, p.21.

³⁰ LANZER, E.A.; MALHEIROS, R.C.C., seção 2.1.1.

³¹ Segundo LANZER e MALHEIROS et al., 90% dos porcos industrializados provêm dos três Estados do Sul. (LANZER, E.A.; MALHEIROS, R.C.C., seção 1.3)

³² A pesquisa efetuada por GOMES et al sugere a tendência ao aumento da participação da carne *in natura*, que poderia chegar a representar 40% do mercado no ano 2000, dependendo essencialmente da recuperação da economia brasileira (aumentando-se, assim, o consumo de suínos pelas classes de menor renda) e da mudança dos hábitos de consumo, possivelmente através de campanhas de propaganda que tentem reduzir os preconceitos enfrentados por este tipo de alimento.

totalidade da oferta para os açougues, supermercados e outros comercializadores do bem *in natura*.³³

A caracterização do setor suinícola no que diz respeito aos produtores não ficaria completa sem mencionarmos os problemas da alimentação, pois ela constitui o ponto crucial na criação de porcos, representando aproximadamente 70% dos custos da suinocultura. O problema fundamental, então, é o de tentar equacionar os custos de produção com o rendimento da mesma em termos do seu aproveitamento pelos animais (a chamada "conversão alimentar"). Nas regiões de criação "moderna" (aquelas onde as indústrias se localizam), a alimentação depende basicamente de rações e pré-mixes, compostos essencialmente por milho e farelo de soja.

Embora seja um ponto que precise de maiores pesquisas, parece claro que o custo da alimentação representa um dos obstáculos fundamentais ao desenvolvimento desta atividade. Segundo LANZER e MALHEIROS³⁴, em 14 dos 17 semestres entre 2/84 e 2/92 a relação de preços entre o quilograma de suínos e o de milho oscilou entre 5 e 7³⁵; calcula-se, por sua vez, que a conversão alimentar para os produtores de nível técnico médio nas regiões Sul e Sudeste seja de 4,0 a 4,2.³⁶ Nesse caso, supondo que a alimentação dos animais consistisse apenas de milho, e lembrando o peso que ela representa nos custos totais da atividade (conforme acima indicado), a relação entre o preço do suíno e o desse cereal precisaria atingir no mínimo a marca de 5,7 para simplesmente repor os custos de operação dos produtores. As saídas desse ponto de estrangulamento podem passar pela elevação da conversão alimentar, ou pelo desenvolvimento de alimentos alternativos mais baratos, sendo que esta última

³³ Não se pode esquecer, contudo, que todo grande vendedor de carne *in natura* pode ser considerado integrador em potencial.

³⁴ LANZER, E.A.; MALHEIROS, R.C.C., seção 2.4.2.

³⁵ Em 2/86 e 2/89 ficou entre 7 e 8; em 1/89 atingiu o valor extraordinário de 10,17.

³⁶ GOMES, p.76.

hipótese tem apresentado resultados promissores em nível experimental, sem contudo ter conseguido se viabilizar de forma mais ampla.

Outra questão-chave nas unidades produtoras é a dos seus aspectos sanitários. Destacamos aqui que a difusão da criação em sistemas confinados, somada à importação de reprodutores, criou condições para a disseminação de doenças inexistentes no Brasil antes dos anos 70. Por sua vez, boa parte das doenças até então predominantes, e algumas das novas, foram sistematicamente combatidas. Sem dúvida, pode-se afirmar que uma mudança positiva nos aspectos sanitários das criações é a maior preocupação em nível institucional, especialmente através do avanço das medidas preventivas.

Sem pretender fazer um diagnóstico completo dos diversos tipos de doenças que prejudicam a suinocultura, diríamos que a Peste Suína Clássica (PSC), a leptospirose, a brucelose, a salmonelose e as diversas verminoses constituíam os problemas sanitários mais freqüentes até os anos 70. Hoje considera-se que a PSC está erradicada na Região Sul³⁷, mas algumas moléstias novas no Brasil (ou só recentemente diagnosticadas) constituem a maior preocupação das autoridades sanitárias, como a doença de Aujeszky, a gastroenterite transmissível, a rinite atrófica e a pneumonia enzoótica.³⁸

Considera-se que no momento a taxa de mortalidade dos suínos, isto é, a dos que morrem antes de estarem terminados, aproxima-se dos 20% na média brasileira.³⁹ Aparentemente este valor é muito alto e poderia ser sensivelmente reduzido num prazo curto; Gomes sugere que poderia chegar a 12% no ano 2000.⁴⁰

³⁷ A Peste Suína Africana (PSA) também foi considerada erradicada em 1984, após ter sido registrada pela primeira vez em 1978.

³⁸ GOMES, p.66.

³⁹ Não conhecemos dados específicos para a Região Sul; pareceria razoável imaginar que a mortalidade seja menor, embora a maior difusão dos sistemas de confinamento possa deixar a criação mais suscetível à ocorrência de epidemias.

⁴⁰ GOMES, p.74.

Conste que os custos veterinários representam uma parcela bastante pequena dos custos totais dos produtores, menor do que 2% dos gastos totais. As indústrias produtoras, por sua vez, sendo em muitos casos filiais de laboratórios internacionais, apresentam tecnologia avançada e portanto padrões altos de qualidade.⁴¹

⁴¹ CUNHA, Cristiano J.C.A. **A competitividade da agricultura brasileira no MERCOSUL : estudos de casos.** Florianópolis : UFSC, 1993.

5 CONCENTRAÇÃO DE MERCADO, CENTRALIZAÇÃO DE CAPITAIS E DIVERSIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO

A indústria abatedoura de suínos nasce de forma relativamente concentrada, com a predominância de algumas empresas líderes que detêm a maior parcela do volume de produção. Esse processo de concentração, por sua vez, continuou avançando ao longo da década dos anos 80, conforme evidenciado pelos dados da tabela 9. Entretanto, apesar de sua nítida característica como um segmento oligopolizado, observa-se a existência de um número significativo de pequenas empresas atuando nas franjas do mercado.

Tecnologias de manejo, fortalecimento da integração vertical com os criadores e sua extensão à integração horizontal, absorção de tecnologias de processo e de produtos, etc. criaram uma complexa rede de rotinas organizacionais cuja administração de estratégias eficiente permitiu a consolidação da liderança e a elevação da participação das líderes no mercado nacional. O grau de concentração, conforme apontado, tem-se elevado na década de 80, fruto dessas condições de mudanças estruturais e tecnológicas (tabela 9).

TABELA 9 - ESTRUTURA DE MERCADO DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NA REGIÃO SUL, SEGUNDO PARTICIPAÇÃO NO NÚMERO DE CABEÇAS ABATIDAS - 1980/1990

ESTRATIFICAÇÃO	1980	1985	1990
4 maiores	28,10	48,47	48,70
8 maiores	37,58	58,48	64,44
20 maiores	53,95	73,87	80,47
Demais	46,05	26,13	19,53
TOTAL	100,00	100,00	100,00
Abate			
Total das 20 maiores	5 540 854	5 742 736	6 845 834
20 maiores Região Sul (% Produção)	75,4	89,38	88,38
Média Semanal ⁽¹⁾ (Região Sul)	141 316	123 555	148 956
Média Semanal p/ planta (Região Sul) ⁽²⁾	2 141	2 167	2 098
Média Semanal das 4 maiores ⁽³⁾	9 927	14 971	18 134

FONTE: ANAB e Associações estaduais de avicultores

(1) Produção da Região Sul dividida por 52 semanas.

(2) Foram consideradas 66 plantas das empresas da Região Sul para 1980, 57 para 1985 e 71 para 1990, retiradas da lista fornecida pelas Associações dos Abatedouros de Suínos dos três estados, que apresentaram também produção por empresa.

(3) Obtido pela seguinte operação: participação das 4 maiores x produção da Região Sul + 52 semanas + 4 maiores empresas.

Em primeiro lugar, deve-se esclarecer que os dados da tabela acima não incluem as empresas dos outros estados. Isto, porém, não prejudica a caracterização do setor como concentrado, e conseqüentemente oligopolizado, visto que a liderança é exercida por grandes grupos da Região Sul que predominaram em toda a década de 80. Não se deve esquecer que no Sul desenvolve-se um sistema mais integrado, que se diferencia de outras regiões, o que torna-se fator explicativo fundamental para a liderança de grupos sulinos no cenário nacional.

Os mesmos dados mostram características de produção em massa: as quatro maiores empresas, com base no dado de abate semanal, aumentaram o tamanho médio de suas plantas e, no conjunto, elevaram sua produção de maneira tal que o abate médio nelas passou a ser quatro vezes e meia maior do que a média da indústria em 1980, para cerca de oito vezes e meia em 1990.

A difusão de plantas pelas líderes se atém essencialmente às possibilidades de crescimento dos mercados nacional e internacional, deixando o mercado regional para plantas de menor porte ou ainda para firmas de porte relativamente importante porém não pertencentes a grandes grupos empresariais (tabela 10).

TABELA 10 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE CABEÇAS ABATIDAS, ANUAL E SEMANAL, DO NÚMERO DE PLANTAS ABATEDOURAS E SEUS TAMANHOS MÉDIOS, SEGUNDO AS 20 MAIORES EMPRESAS DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NA REGIÃO SUL - 1980/1990

CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS	1980					1985					1990				
	Cabeças Abatidas (un./ano)	Abate Semanal (un.)	Nº de Plantas	Tamanho Médio		Cabeças Abatidas (un./ano)	Abate Semanal (un.)	Nº de Plantas	Tamanho Médio		Cabeças Abatidas (un./ano)	Abate Semanal (un.)	Nº de Plantas	Tamanho Médio	
				un./sem.	un./hora				un./sem.	un./hora				un./sem.	un./hora
1ª Sadia S.A.	1 423 785	27 380	2	13 690	171	1 436 449	27 624	2	13 812	172	1 438 918	27 287	3	9 096	114
2ª Perdígão S.A.	753 070	14 482	4	3 620	46	945 891	18 190	3	6 063	76	1 121 978	21 576	4	5 394	67
3ª Coop. Central Oeste Catarinense	-	-	-	-	-	578 032	11 116	1	11 116	139	731 838	14 058	2	7 029	88
4ª Ceval/Seara	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	666 260	12 813	1	12 813	160
5ª Chapecó Alimentos S. A.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	523 179	10 061	1	10 061	126
6ª Prenda S. A.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	342 637	6 589	1	6 589	82
7ª Coop. Central Agropec. Sudoeste Ltda.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	327 797	6 303	1	6 303	79
8ª Coop. Central de Laticínios do PR Ltda.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	231 243	4 446	1	4 446	56
9ª Três Passos Cia. Ind. de Alimentos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	222 061	4 270	1	4 270	53
10ª Frigorífico Riosulense S. A.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	209 241	4 024	1	4 024	50
11ª Damo S. A. Ind. Com. Imp. Exp.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	201 588	3 877	1	3 877	48
12ª Agroliane	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	171 618	3 300	1	3 300	41
13ª Coop. Suinocultores Encantado Ltda.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	140 703	2 706	1	2 706	34
14ª Frigorífico Erechim S. A.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	135 308	2 948	1	2 948	37
15ª Frigorífico Gumz S. A.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87 818	1 689	1	1 689	21
16ª Frigorífico Modelo Ltda.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	86 583	1 665	1	1 665	21
17ª Frigorífico Canoinhas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	81 307	1 653	1	1 653	19
18ª Coop. Agropec. Cascavel Ltda.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70 626	1 358	1	1 358	17
19ª Frigorífico Ind. de Betim Ltda.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66 710	1 283	1	1 283	16
4ª Seara Industrial S. A.	-	-	-	-	-	468 964	9 018	2	4 509	56	-	-	-	-	-
5ª S. A. Ind. e Com. Chapecó	-	-	-	-	-	420 406	8 085	1	8 085	101	-	-	-	-	-
6ª Frigorífico Santarrosense S. A.	-	-	-	-	-	261 009	5 019	1	5 019	63	-	-	-	-	-
7ª Comabra - Cia. de Alimentos Brasil	-	-	-	-	-	219 726	4 226	1	4 226	53	-	-	-	-	-
8ª Damo S. A. Ind. Com. Imp. e Exp.	-	-	-	-	-	216 644	4 166	1	4 166	52	-	-	-	-	-
9ª Coop. Central Agrop. Sudoeste Ltda.	-	-	-	-	-	194 421	3 739	1	3 739	47	-	-	-	-	-
10ª Frigorífico Sul Catarinense S. A.	-	-	-	-	-	153 512	2 952	1	2 952	37	-	-	-	-	-
11ª Coop. dos Suinic. de Encantado	-	-	-	-	-	115 911	2 229	1	2 229	28	-	-	-	-	-
12ª Coop. Central de Laticínios do PR Ltda.	-	-	-	-	-	104 997	2 019	1	2 019	25	-	-	-	-	-
13ª Frigorífico Ideal S. A.	-	-	-	-	-	99 737	1 918	1	1 918	24	-	-	-	-	-
14ª Swift-Armour S. A.	-	-	-	-	-	94 439	1 816	1	1 816	23	-	-	-	-	-
15ª Coop. Trit. de Getulio Vargas Ltda.	-	-	-	-	-	90 096	1 732	1	1 732	22	-	-	-	-	-

continua

TABELA 10 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE CABEÇAS ABATIDAS, ANUAL E SEMANAL, DO NÚMERO DE PLANTAS ABATEDOURAS E SEUS TAMANHOS MÉDIOS, SEGUNDO AS 20 MAIORES EMPRESAS DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NA REGIÃO SUL - 1980/1990

CLASSIFICAÇÃO DAS EMPRESAS	conclusão														
	1980					1985					1990				
	Cabeças Abatidas (un./ano)	Abate Semanal (un.)	Nº de Plantas	Tamanho Médio		Cabeças Abatidas (un./ano)	Abate Semanal (un.)	Nº de Plantas	Tamanho Médio		Cabeças Abatidas (un./ano)	Abate Semanal (un.)	Nº de Plantas	Tamanho Médio	
				un./sem.	un./hora				un./sem.	un./hora				un./sem.	un./hora
16ª Frigorífico Borella S. A.	-	-	-	-	-	85 587	1 646	1	1 646	21	-	-	-	-	-
17ª Três Passos Cia. de Alimentação	-	-	-	-	-	75 017	1 443	1	1 443	18	-	-	-	-	-
18ª Frigorífico São Luiz S. A.	-	-	-	-	-	62 775	1 207	1	1 207	15	-	-	-	-	-
19ª Frigorífico Santo Ângelo S. A.	-	-	-	-	-	60 060	1 116	1	1 116	14	-	-	-	-	-
20ª Frigorífico Canoinhas S. A.	-	-	-	-	-	58 973	1 134	1	1 134	14	-	-	-	-	-
3ª Frigorífico Santarrosense S. A.	360 006	6 923	1	6 923	86	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4ª Chapecó S. A.	348 836	6 708	1	6 708	84	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5ª Dano S. A. Ind. Com. Imp. e Exp.	316 940	6 095	1	6 095	76	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6ª Coop. Central Oeste Catarinense	312 066	6 001	2	3 000	38	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7ª Frigorífico Seara	207 898	3 998	1	3 998	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8ª Comabra Cia. Alimentos Brasil	203 757	3 918	1	3 918	49	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9ª Frigorífico Ideal S. A.	194 349	3 737	1	3 737	47	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10ª Frigorífico Sarandi S.A.	164 692	3 165	1	3 165	40	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11ª Frigorífico Borella	150 079	2 866	1	2 866	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12ª Frigorífico S. Ângelo S. A. Ind. e Com.	149 698	2 878	1	2 878	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13ª Três Passos Cia. Ind. de Alimentos	148 475	2 855	1	2 855	36	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14ª Swift Armour S. A.	141 302	2 717	1	2 717	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15ª Coop. dos Suinic. de Encantado Ltda.	132 406	2 546	1	2 546	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16ª Frigorífico São Luiz S. A.	127 904	2 460	1	2 460	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17ª Frigorífico Sul Catarinense	126 140	2 426	1	2 426	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18ª Coop. Central Agro-Pec. Sudoeste	125 614	2 416	1	2 416	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19ª Frigorífico Erechim S. A.	115 379	2 218	1	2 218	28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20ª Frigorífico Canoinhas S. A.	105 058	2 020	1	2 020	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	5 540 854	106 553	25	4 226	53	3 728 255	71 697	24	2 987	37	838 530	16 126	41	6 735	84 211

FONTE: ANAB para SP e Associações dos Suinocultores nos Estados para SC, PR, RS e MG para 1990

(1) Os números que antecedem a denominação das empresas indicam a ordem de classificação das mesmas entre as 20 maiores, correspondendo aos registros das informações em cada ano. Assim, por exemplo, enquanto a Sadia e Perdigão foram, respectivamente, as primeiras e segundas colocadas em todos os anos a Chapecó era a quarta colocada em 1980 e quinta em 1985 e em 1990.

Na visualização do movimento das empresas líderes na indústria de suínos, deve-se ressaltar que, no grupo das quatro maiores, a liderança se consolida já nos anos 70 e se mantém nos anos 80. As que figuram como maiores em 1980 são as mesmas que aparecem na liderança em 1990, apenas com a ressalva do surgimento da empresa Ceval, entre as líderes, posição reforçada pela aquisição da empresa Seara, que figurava entre as quatro maiores nos anos anteriores.

As estratégias de acumulação das quatro maiores refletem a combinação de expansão do mercado via ampliação do tamanho das plantas com a estratégia multiplantas. Ou seja, o aumento do volume de produção no transcorrer dos anos 80 foi obtido seja pela ampliação de escala, combinada com a instalação de novas unidades produtivas, seja pela opção de maior descentralização técnica da produção. Por exemplo, a Sadia, além de aumentar o número de unidades, possui duas plantas que produzem cerca de 1.700 suínos/hora cada uma, mas também outra que abate 33 suínos/hora, mostrando uma estrutura produtiva muito heterogênea. A Perdigão, igualmente com quatro unidades, possui uma escala menor com quatro plantas, variando entre 30 e 150 suínos/hora e uma de menor porte. A Ceval possui três unidades e o menor tamanho de plantas, com capacidade máxima de 160 suínos/hora.

Deve-se ressaltar que o tamanho das plantas acima definido diz respeito à sua capacidade efetiva, o que é determinado pelo volume de vendas programado. Além disso, o turno de 16 horas pode subestimar a capacidade produtiva, na medida em que nem todas as unidades trabalham com essa carga horária. Entretanto, o que predomina, principalmente nas maiores plantas, é o turno de 16 horas, e sua uniformização é uma média que permite efetuar comparações .

Do exposto até aqui, pode-se extrair as seguintes conclusões:

- a) a estrutura de mercado da indústria brasileira é altamente concentrada, com coexistência de expressivo número de pequenas e médias empresas;
- b) a liderança é estável, ocorrendo apenas a entrada de uma nova empresa entre as quatro maiores de 1980 a 1990;

- c) em geral este alto grau de concentração corresponde à adoção de tecnologias de processo e de produto pelas empresas líderes, com importante presença de plantas de grande escala, convivendo ainda com plantas de menor porte;
- d) as empresas maiores também contam com vantagens fora das plantas de processamento industrial, notadamente através do sistema de integração, as que contribuem substancialmente para reforçar sua liderança;
- e) as grandes empresas também sustentam e melhoram sua posição mediante a realização de importantes investimentos de diferenciação de produtos, no intuito de consolidar suas marcas junto aos consumidores.

Como mencionado acima, durante os anos 80 o processo de concentração esteve estreitamente vinculado à centralização de capitais, seja através de aquisições de plantas de outras empresas pelos grandes grupos, seja por diversificação da produção, adquirindo empresas de outros segmentos da indústria agroalimentar que, na maioria dos casos, desenvolvem atividades complementares ao complexo de transformação de proteína vegetal em animal (quadro 1).

QUADRO 1 - CENTRALIZAÇÃO DE CAPITAIS E DIVERSIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO DA INDÚSTRIA DE SUÍNOS NO BRASIL - 1985/1991

EMPRESA ADQUIRENTE	EMPRESA ADQUIRIDA	LOCAL	RAMO DE ATIVIDADE	DATA DA AQUISIÇÃO
Perdigão	Grupo Borella	Marau/RS	Abate de frangos	1985
Ceval	Seara Ind.	Seara/Itapiranga	Frango/suínos	1985
		Jarag. do Sul/SC		
Perdigão	Sulina Alim.	RS	Frango/suínos	1985
Ceval	Germani Alim.	Sarandi/PR	Milho e derivados	1988
Ceval	Swift Armour	Mal. C. Rondon/PR	Suínos e fab. de ração	1988
Ceval	Betinha Alim.	Jundiaí/SP	Abate de frangos	1989
Ceval	Contibrasil Ltda.	Maringá/PR	Esmagamento de soja	1989
Ceval	Contibrasil Avícola	Jacarezinho/PR	Abate de aves	1989
Ceval	Grupo Zillo	Ourinhos/Marília/SP	Esmag. e Refino de soja	1989
Ceval	Cia. Nup. de Alim.	Nuporanga/SP	Abate de frangos	1989
Perdigão	Frigor. Mococa	Mococa/SP	Abatedouro/ ração/incubatório	1989
Perdigão	Swift Armour	Utinga/SP	Enlatados carnes bovina/suina	1989
Frangosul	Cia. Pettefi de Alim.	RS		1989
Sadia	Frig. Mouran	Andradina/Araçatuba/SP	Process. de carne bovina	1989
Sadia	Chapecó Avícola S.A.	F. Beltrão/PR	Abat. de frangos/ração	1991

FONTE: Pesquisa de campo e levantamento em revistas e jornais, especialmente da Gazeta Mercantil de 1988 em diante

Dessa forma, o processo de oligopolização foi conduzido tanto pela estratégia de incorporação de novas tecnologias de processos como pelas aquisições de empresas.⁴² Entretanto, deve-se destacar que mesmo no interior do grupo de empresas líderes o processo de aquisições não foi homogêneo. A expansão do número de unidades produtivas foi extremamente acelerado pela nova entrante (Ceval) e pela Perdigão, que manteve o segundo lugar.

As estratégias de aquisição podem modificar rapidamente a hierarquia da liderança dos mercados. Demostram, por outro lado, o reforço considerável de algumas empresas em certas atividades onde as adquirentes já estão presentes e, ao mesmo tempo, indicam o grau de especialização e/ou diversificação dos grupos líderes. Como se observa no quadro 1, há uma tendência clara de expansão e de concorrência entre as líderes, assentada na reconcentração na área de especialização e no maior grau de diversificação, a partir de uma mesma base de produção, implantada nos anos 80. Embora haja diferenças específicas em termos de abrangência de atividades complementares, pode-se dizer que elas buscam diversificar em todas as espécies de carne. Entre elas, a Ceval e a Sadia, embora aquela possua um leque maior de atividades pela inclusão da produção de derivados de milho e esta atue também na produção de alimentos secos, têm em comum a atuação no conjunto das atividades da cadeia da indústria de carne, incluindo o processamento dos três tipos principais de carne.

A tendência das maiores empresas consiste em fechar o circuito produtivo do complexo cárneo, a partir da ampliação das atividades-base que lhes deram origem como grandes grupos, permitindo assim consolidar sua lideranças. O processo de integração vertical original tende a ser complementado através da integração

⁴² O papel das aquisições e sua vinculação com o aumento do grau de oligopolização e diversificação é discutido por autores como PENROSE e GUIMARÃES.

horizontal⁴³, partindo do abate de suínos e ampliando-se para o esmagamento da soja, produção de farelo, produção de pintinhos de um dia, abate de aves e abate de bovinos. Essa tendência da integração, que se expande significativamente, torna-se a base de consolidação e sustentação da acumulação das empresas líderes. O grau de competição aumentou e está requerendo, por parte das líderes, capacidade não só de definir estratégias tecnológicas, mas também, via aquisições ou projetos de expansão, de ampliar os espaços de acumulação pela incorporação de novas atividades, desdobradas a partir de seus aprendizados, levando à obtenção de ganhos sinérgicos, reforçando assim barreiras à entrada ou dificultando a mobilidade de concorrentes para o topo da liderança. As aquisições registradas dão clara demonstração dessa tendência, pois as empresas líderes:

- a) aumentam o grau de concentração no abate de suínos;
- b) aumentam a sua capacidade produtiva de esmagamento e entram no refino de óleo de soja;
- c) tendem a ampliar a capacidade de abate de outras carnes, especialmente aves e secundariamente de bovinos, atividade que passa também a ser considerada tão importante quanto a de suínos, que era sua área inicial;
- d) passam a produzir novos produtos, não só diferenciando os cárneos, mas também ingressando em outros mercados, a partir de ramificações do conjunto das atividades. Assim, os lançamentos de novos produtos fazem parte do processo inovativo (em sentido amplo) das empresas, configurando uma tendência à diversificação com integração vertical e horizontal (maior variedade de produtos).

As estratégias de aquisição devem ainda ser analisadas dentro da dinâmica de unificação do mercado nacional, pois a importância de determinada região nesse

⁴³ Consideraremos que uma firma está horizontalmente integrada quando produz diferentes bens que são substitutos próximos entre si. Esse conceito se contrapõe ao de integração vertical, que diz respeito à produção de bens que apresentam significativas relações de insumo-produto; por sua vez, entendemos como diversificada a firma que produz diversos produtos sem que entre eles se verifiquem relações de integração (CLARKE, Roger. *Industrial economics*. Oxford : Brasil Blackwell, 1985. p.196).

contexto geralmente encobre o processo de migração de capitais e sua vinculação a grupos de empresas. O intenso processo de aquisições ocorrido nos anos 80 significa o deslocamento de alguns capitais locais, que foram absorvidos por empresas de dimensão nacional, as quais passaram a absorver parcela expressiva da produção regional. Assim, a lógica regional, embora mantenha influência do ponto de vista da atração de capitais, reduz sua importância quando analisada da perspectiva da unificação dos mercados e dos espaços nacionais do capital.

Ademais, a base regional já não é suficiente para os planos de investimento necessários à nova tendência. Outras áreas regionais, especialmente as de fronteiras agrícolas, estão sendo objeto de investimentos das empresas líderes. Essa tendência significa uma maior integração dos espaços econômicos nacionais e a inserção de outras regiões, mais recentemente da Região Centro-Oeste, na nova divisão inter-regional do trabalho na indústria de carnes. Embora tenha ocorrido uma redução no ritmo de deslocamento da suinocultura para o Centro-Oeste nos anos recentes, percebe-se que há margens de expansão mais amplas nesta região do que nas tradicionais. Isto se justifica em parte pelo fato de que na Região Sul a suinocultura tem se deparado com grandes limites ambientais, principalmente no tocante à contaminação dos mananciais. Outro fator que favorece o deslocamento rumo ao Centro-Oeste é seu grande potencial de produção de grãos, o que certamente contribui para reduzir os custos de alimentação.⁴⁴ Evidentemente, poder-se-ia relativizar estas afirmações lembrando os altos custos de transporte da matéria para as plantas localizadas na Região Sul. Entretanto, a região do cerrado não se localiza a uma distância muito maior dos centros consumidores do que o oeste catarinense. Pode-se sugerir, inclusive, que a conjuntura recessiva dos últimos anos tenha inibido investimentos. Entretanto, pode-se indicar que o Centro-Oeste poderá ser a região

⁴⁴Os custos de alimentação representa em torno de 70% do custo total da suinocultura. Nesse sentido, tendo em vista que a alimentação baseia-se fundamentalmente no milho e farelo de soja, a Região Centro-Oeste apresenta grandes vantagens em relação ao sul. É importante destacar que os custos de alimentação têm sido um dos pontos de estrangulamento mais relevantes para a suinocultura na Região Sul. (ver LANZER e MALHEIROS).

preferido para novas inversões num cenário de reativação econômica. Além do mais, dado o maior poderio econômico dos produtores da região, também parece plausível imaginar um quadro de integração vertical a jusante. Ou seja, a industrialização suinícola ocorreria a partir da organização do capital dos próprios produtores.

Mesmo assim, o movimento dominante na indústria suinícola é conduzido pelas empresas líderes, as quais, além da ampliação do número de unidades produtivas vinculadas especificamente ao abate de suínos, espalham plantas industriais por todo o território nacional, como parte do seu crescimento. O quadro 2 contém as indicações desse processo no que diz respeito às atividades produtivas de conteúdo industrial; não se incorporam nessa análise as múltiplas atividades localizadas no setor de serviços nem as vinculadas ao setor agropecuário, tais como reflorestamento, granjas de matrizes e incubatórios.

Esse processo de expansão apresenta características semelhantes entre as três primeiras empresas e em grau reduzido na Chapecó. Observa-se maior especialização da Ceval na atividade de óleo de soja, cujos derivados são o farelo, matéria-prima para a ração, e o óleo degomado, que é a matéria-prima para o refino e de cujo processo se gera a matéria-prima para a produção de margarina e maionese. O processo de diversificação ocorreu de forma diferenciada nas três primeiras: enquanto a integração vertical da Ceval caracterizou-se pela ligação para a frente da atividade inicial, ou seja, passando do esmagamento da soja para a indústria de carnes, a integração vertical para Sadia e Perdigão ocorreu de forma inversa - da indústria de carnes para a soja e a partir desta para ramos à frente, como refino e margarinas.

A integração horizontal, a diversificação e a extensão dos mercados correntes das empresas significam importantes avanços das três maiores na consolidação de uma estrutura de mercado oligopolizada no segmento de carnes, na medida em que essas empresas não só ampliam sua capacidade nos ramos de especialização (carnes), mas obtêm ganhos sinérgicos que aumentam o grau de oligopolização com a diversificação. Isto significa, em última instância, a consolidação dos instrumentos de poder de mercado das firmas líderes e o amadurecimento da respectiva estrutura de mercado.

QUADRO 2 - DISPERSÃO DAS UNIDADES PRODUTIVAS E DIVERSIFICAÇÃO, SEGUNDO OS GRUPOS LÍDERES DA INDÚSTRIA BRASILEIRA DE SUÍNOS - 1992

GRUPO/EMPRESA	LOCALIZAÇÃO	ATIVIDADE
FONTANA		
Sadia Concórdia (matriz)	Concórdia/SC	Frangos, suínos, fábricas de industrializados, rações
Sadia Concórdia	Duque de Caxias/RJ	Fábricas de industrializados
Sadia Concórdia	Joaçaba/SC	Esmagamento de soja
Sadia Concórdia	Chapecó/SC	Frigor. de perus e frangos, fáb. de industrial./rações
Sadia Concórdia	Três Passos/RS	Frigor. suínos, esmagamento soja e refino e fáb. de rações
Sadia Concórdia	Fred. Westphalen/RS	Frig. de suínos e fábrica de industrializados
Sadia Concórdia	Marcelino Ramos/RS	Moinho de trigo
Moinho da Lapa (matriz)	São Paulo	Moinho de trigo e alim. secos
Moinho da Lapa	Américo Brasiliense/SP	Frigorífico de frangos
Moinho da Lapa	Itapetininga/SP	Fábrica de massas
Moinho da Lapa	Dois Vizinhos/PR	Frigor. frangos, esmagamento de soja e fáb. de rações
Moinho da Lapa	Francisco Beltrão/PR	Frig. de frangos e fábrica de rações
Moinho da Lapa	Campinas/SP	Esmag. soja e fáb. de rações
Frigobrás (matriz)	Toledo/PR	Frigor. de suínos, frangos, fáb. de industrial., rações e esmagamento de soja
Frigobrás	Ponta Grossa/PR	Frigor. de suínos
Frigobrás	São Paulo/SP	Fáb. de industrializados
Frigobrás	Paranaguá/PR	Esmagamento soja e refino, fábrica de margarina
Sadia Oeste (matriz)	Várzea Grande/MT	Frigor. de bovinos e fáb. de industrial., granja matrizes e incubatórios
Sudanisa (matriz)	Barra do Garças/MT	Frigorífico de bovinos
Indústria Mouran (matriz)	Andradina/SP	Frigor. de bovinos e fáb. de industrializados
Indústria Mouran	Araçatuba/SP	Frigor. de bovinos
Sadia Mato Grosso (matriz)	Rondonópolis/MT	Esmagamento soja e refino HERING
Cia. Hering (matriz)	Joinville/SC	Indústria Têxtil
Ceval (matriz)	Gaspar/SC	Esmag. de soja, refino, margarinas e gordura vegetal
Ceval	Pelotas/RS	Esmagamento de soja
Ceval	Rio Grande	Esmagamento de soja
Ceval	Chapecó/SC	Esmagamento de soja
Ceval	Itapiranga/SC	Abate de frangos/suínos, industrial. de carnes e fáb. de rações
Ceval	Jaraguá do Sul/SC	Abate de frangos e fáb. de rações
Ceval	São Franc. do Sul/SC	Esmagamento de soja
Ceval	Seara/SC	Abate frangos, suínos, bovinos e industrialização de carnes
Ceval	Xanxerê/SC	Fábrica de rações
Ceval	Jacarezinho/PR	Abate de frangos, industrialização de carnes e fábrica de rações
Ceval	Mal. Cândido Rondon/PR	Abate de suínos e fáb. de rações
Ceval	Maringá/PR	Esmagamento de soja e refino
Ceval	Sarandi/PR	Industrialização de milho
Ceval	V. Guilherme/Itapevi/SP	Industrialização de carnes
Ceval	Jundiaí/SP	Abate de frangos, industrialização de carnes e fáb. de rações
Ceval	Nuporanga/SP	Abate de frangos e fáb. de rações
Ceval	Marília/SP	Abate de frangos e fáb. de rações
Ceval	Ourinhos/SP	Esmagamento de soja e refino
Ceval	Campo Grande/MS	Esmagamento de soja e refino
Ceval	Dourados	Abate de bovino e industrial
Ceval	Rondonópolis/MT	Esmagamento de soja
Ceval	Luziânia/GO	Esmagamento de soja e refinaria
Ceval	Barreiras/BA	Esmagamento de soja
PERDIGÃO		
Perdigão Agroindustrial	Capinzal/SC	Abate de frangos e fáb. de salames
Perdigão Agroindustrial	Herval do Oeste/SC	Abate de suínos e industrialização
Perdigão Agroindustrial	Videira/SC	Frigor. frangos, perus, suínos e fáb. de industrial. de suínos
Perdigão Alimentos S.A.	Marau/RS, Cuiabá/MS	Extração e refino de óleo de soja
Perdigão Alimentos S.A.	Videira/SC	Fáb. de maionese
Perdigão Agroindustrial	Serafina Corrêa/RS	Abate de frangos, industrial., suínos
Perdigão Agroindustrial	Mococa/SP	Abate de frangos
Perdigão Agroindustrial	Marau/RS	Abate de aves e suínos e industrialização de suínos
Perdigão Agroindustrial	Utinga/SP (fechado)	Industrializ. de suínos e enlatados
CHAPECÓ		
Chapecó Alimentos S.A.	Chapecó/SC	Abate de suínos e industrialização
Chapecó Alimentos S.A.	São Carlos/SC	Abate de suínos e industrialização
Chapecó Avícola S.A.	Xaxim/SC	Abate de aves e fáb. de ração
Chapecó Avícola S.A.	Francisco Beltrão/PR	Abate de aves e fáb. de ração (vendida p/ Sadia)
Chapecó Avícola S.A.	Amparo/SP	Abate de aves e fáb. de ração

FONTE: Pesquisa de campo

A título de conclusão desta parte do trabalho, deve-se mencionar em primeiro lugar que não há como dissociar a estrutura da indústria de suínos da cadeia produtiva da soja e da produção de milho. Em segundo lugar, constata-se que nos anos 80 passou-se a incorporar novas atividades vinculadas a outros elos da cadeia produtiva, cujo produto final se destina a outros mercados, ou melhor, faz parte de outras indústrias. Em terceiro lugar, verifica-se que as empresas líderes da atividade suinícola passaram a ampliar sua capacidade produtiva, expandindo-se na produção de carne de frango e bovina em face das oportunidades abertas para a industrialização de produtos com maior valor agregado. Isto tudo explica, no mínimo parcialmente, a existência de projetos de expansão para outras regiões do país, os que incluem o deslocamento de plantas .

Nesse sentido, pode-se caracterizar os anos 80 como uma década de mudanças em relação ao padrão anterior de crescimento das firmas. O grau de integração vertical e horizontal, assim como o de diversificação se ampliaram, levando à maior oligopolização da indústria, processo que extrapola a simples quantificação da participação no mercado das quatro maiores. A maior oligopolização na indústria de suínos não exclui a presença de uma intensa rivalidade a qual, ao invés de travar-se entre todas as firmas que compõem a indústria, é estabelecida fundamentalmente entre as líderes. Ou seja, passa-se de uma lógica da dominação absoluta das pequenas pelas grandes empresas a uma lógica de concorrência entre pequeno número de grandes grupos empresariais. Dessa forma, a dinâmica concorrencial entre as firmas da indústria de suínos se estabelece, de um lado, basicamente pela competição entre as líderes que buscam os mercados nacional e internacional e, de outro, no conjunto da indústria, pela sobrevivência de empresas de menor porte que atendem a mercados regionais.

Assim, pode-se configurar a indústria de suínos como uma indústria oligopólica competitiva. De um lado, as estratégias competitivas adotadas pelos grupos

líderes são, de certa forma, semelhantes, e inviáveis para a maioria das firmas da indústria. Analogamente, existe bastante homogeneidade entre as maiores empresas no que concerne às suas tecnologias de processos e produtos; em contrapartida, há forte heterogeneidade da indústria em seu conjunto. Ou seja, ao lado de algumas empresas líderes do mercado convivem elevado número de pequenas empresas, cujas perspectivas de sobrevivência obedecem a uma lógica específica de funcionamento da indústria suinícola.

6 INSERÇÃO DAS EMPRESAS DE MENOR PORTE NA ESTRUTURA DE MERCADO DA INDÚSTRIA SUINÍCOLA

A consolidação de uma estrutura industrial oligopólica não implica a inexistência de empresas de menor porte. Entretanto, elas participam do mercado em menor proporção em função das assimetrias tecnológicas, de sua menor capacidade produtiva e da impossibilidade de conseguirem importantes ganhos de escala na produção, distribuição e comercialização de seus produtos.

Um primeiro aspecto que caracteriza a desigualdade entre as grandes e pequenas empresas está associado aos diferenciais de capacidade produtiva e nível de faturamento. Tomando como referência os tamanhos distintos de quatro empresas pesquisadas, observamos a seguinte composição nos últimos quatro anos (tabela 11).

TABELA 11 - ANO DE INSTALAÇÃO, EVOLUÇÃO DA CAPACIDADE PRODUTIVA E FATURAMENTO, SEGUNDO AS QUATRO EMPRESAS PESQUISADAS - 1990-1993

EMPRESA/ ANO DE INST.	CAPACIDADE PRODUTIVA ⁽¹⁾		FATURAMENTO (US\$ milhões)			
	ANO DE INST.	ATUAL	1990	1991	1992	1993
I(Coo) 1969	200	4 500 ⁽²⁾	123,8	104,4	107,9	133,4
II(chap.) 1952		780 ⁽³⁾	67,4	73,2	85,1	89,8
III(M) 1974	240	450 ⁽⁴⁾				
IIII(Arg) 1953	50	300 ⁽⁵⁾				

FONTE: Pesquisa de campo

- (1) A capacidade produtiva indicada corresponde ao número de cabeças abatidas durante um dia de trabalho com turno de 8 horas.
- (2) Operando com 67% da capacidade e com duas plantas: uma de 1.500 cabeças/dia com plena utilização e outra de 3.000 cabeças/dia com 50% da capacidade.
- (3) Operando com 90% da capacidade.
- (4) Operando com 64% da capacidade.
- (5) Operando com 40% da capacidade.

As duas primeiras empresas ali apresentadas estão classificadas entre as maiores da indústria (ver tabela 10). Especialmente a primeira apresentou forte expansão da capacidade produtiva e, por conseqüência, elevou o faturamento em relação à segunda. As duas últimas empresas, embora tenham apresentado ampliação

da capacidade produtiva, podem ser caracterizadas como pequenas empresas que atuam nas franjas do mercado.

Observa-se que justamente as menores empresas estão operando com subutilização da capacidade produtiva, o que por si só indica curvas de custos mais elevadas e menor competitividade. O esforço para manutenção e/ou elevação da capacidade tem sido direcionado à busca de novos mercados que se constituem em nichos não preenchidos pelas grandes empresas. Isso não se restringe aos produtos comercializados *in natura*, mas também verificam-se esforços no sentido de participar nos mercados de alguns dos produtos de processamento mais comum, como mortadela, defumados, etc., que permitem uma penetração em mercados mais amplos, em regiões de menor poder aquisitivo e de menor exigência de qualidade e de reconhecimento de marcas.

Essa é uma situação típica de uma estrutura de mercado oligopolística na qual as maiores empresas dominam o mercado, mas coexistem com pequenas empresas voltadas para nichos regionais. Entretanto, segundo o que foi detectado na pesquisa de campo, as duas empresas de menor porte apresentam alguma diferença em relação a esta característica global por possuírem alguma penetração no mercado nacional.

A última empresa listada na tabela acima, de pequeno porte, especializou-se na produção de suínos e bovinos. Entretanto, no que se refere a produção de suínos atende mercado estritamente regional, especialmente da região circunscrita ao redor de sua localização, além de ser especialista na comercialização de carne *in natura*, com uma participação nula na produção de produtos pós-processados. Além da venda direta ao mercado consumidor, parte de sua produção destina-se a algumas empresas de pequeno porte, algumas de "fundo de quintal" da região, que a utilizam como matéria-prima na fabricação de embutidos, tais como lingüiças, salsichas, etc., produtos que normalmente não apresentam um controle de qualidade equiparável aos das empresas líderes.

Deve-se observar que a venda de produtos a outras empresas de menor porte não representa um modelo definitivo, uma vez que esse tipo de operação não mantém

uma regularidade, sendo isto em grande parte uma conseqüência das dificuldades de preenchimento da capacidade produtiva dessa empresa. Mas ainda graças a certas condições momentâneas favoráveis, tais vendas acabam circunstancialmente originando novos nichos de mercado, pois essas empresas-clientes encontram dificuldades de fornecimento de matéria-prima que possibilite sua operação.

A penúltima empresa, também caracterizada como pequena, distingue-se da última por apresentar uma maior capacidade produtiva de abate de suínos, assim como por introduzir em sua linha de produção produtos pós-processados. De sua produção, 36% é comercializada *in natura* enquanto os 64% restantes correspondem aos artigos industrializados, cujas vendas se destinam também para o mercado nacional. No mercado de produtos industrializados é importante realçar que a possibilidade de vendas nas grandes redes de supermercados é inviabilizada pela concorrência das grandes empresas oligopolísticas, as que diferenciam produtos e possuem, além de maiores escalas de produção e, portanto, menores custos, forte esquema de marketing que tornaram suas marcas reconhecidas e de difícil substituição. Assim, as vendas desses produtos "industrializados", produzidos com tecnologia banalizada tanto no processo como no produto, têm se mantido em nichos de mercados regionais e em alguns segmentos do mercado nacional, caracterizados por menores padrões de renda familiar. A penetração nesses mercados se explica tanto pelos baixos níveis de custos associados com uma mão-de-obra barata (essa empresa apresenta alto grau de rotatividade da mão-de-obra) quanto pela composição dos ingredientes químicos e teor de carnes nos produtos, sendo esta última a determinante fundamental a garantir essa clientela .

Diferente é o caso das duas primeiras empresas que, sendo líderes, operam com maior escala de produção, com base tecnológica mais moderna, produzem produtos industrializados não apenas em maior proporção que as pequenas, mas também com maior sofisticação tecnológica, tendo seus produtos maior valor agregado. Dessa maneira, vendem nos grandes centros urbanos e em redes de supermercados cujas clientelas incorporam consumidores de renda mais elevada. Além disso, são empresas que possuem destaque no comércio internacional, tanto de produtos *in natura* como de produtos industrializados.

7 O DESENVOLVIMENTO DA GENÉTICA NA SUINOCULTURA

Podemos considerar que até meados dos anos 60 a questão de genética era vista internacionalmente dentro de um enfoque que aqui qualificaremos de tradicional, o qual continuaria predominando no Brasil até meados dos anos 70. Caracterizava-se tal visão por sua preocupação em selecionar os animais mais adequados do ponto de vista das características desejadas pelos consumidores, e também mais adaptados às condições do meio ambiente. Um exemplo destes avanços no país pode ser visto na criação do chamado porco tipo carne, que foi obtido melhorando os animais nacionais (especialmente o porco "caipira" e outras raças nacionais do denominado, em contraposição, tipo banha) através de cruzamentos com animais importados. Todavia, esta seleção baseava-se principalmente nas características fenotípicas dos animais, notadamente nas raças dos mesmos, de modo que a aferição mais precisa dos ganhos alcançados era bastante difícil. A partir daí, estas melhoras empíricas foram sendo postas em segundo plano face aos avanços em genética e biotecnologia, que permitem prever com maior precisão os ganhos obtidos a cada geração de animais.

A procura crescente por carne em detrimento da gordura tinha levado à difusão de raças introduzidas, especialmente a Duroc, a Landrace e a Large White, nessa seqüência.⁴⁵ Deve-se destacar, porém, que o conceito de raça com o qual se trabalhava foi sendo paulatinamente substituído pelo de linhas, conceito bastante diferente, pois enfatiza a presença de determinadas características numa certa linhagem de suínos, as quais podem ser obtidas a partir de uma raça determinada ou de diversas.⁴⁶ Essas linhas são selecionadas em função de alguma aptidão especial que

⁴⁵ Em 1992, corresponderam a essas três raças respectivamente 7,6%, 28,1% e 26,1% do total de registros na ABCS.

⁴⁶ Veja-se, porém, que mesmo no caso de toda uma linha ter sido criada a partir de uma raça determinada, apresentará características genéticas próprias que a diferenciarão do conjunto da mesma.

elas apresentam⁴⁷, tais como uma maior eficiência reprodutiva, uma maior taxa de conversão alimentar, um crescimento mais rápido, etc., embora o que às vezes se procura, porém, seja uma característica mais difícil de quantificar, como uma certa coloração da carne, etc.⁴⁸

Os critérios de seleção variam de acordo com as características dos diferentes mercados e dos produtos que se deseja obter. Evidentemente, um dos critérios fundamentais de escolha será se a carne se destina ao consumo *in natura* ou ao processamento industrial. Mas também outros critérios intervêm nessa seleção. Por exemplo, em mercados onde o custo da alimentação dos animais é relativamente alto, dar-se-á maior ênfase à capacidade de conversão alimentar do que em situações onde ele é menor. De todos os modos, as firmas não podem adotar uma posição passiva de aguardar as alterações na demanda, mas, ao contrário, têm de desenvolver pesquisas que permitam adquirir a flexibilidade suficiente para responder o mais rapidamente possível (dentro da rigidez determinada pelos processos biológicos determinam) a eventuais mudanças quando elas vierem acontecer, o que se torna mais relevante quando pensamos que as firmas de melhoramento genético operam em nível internacional.

A partir dessa ênfase nas linhas, as maiores indústrias começaram ora a trabalhar com linhas próprias, ora a comprar de fornecedores especializados. Estes, por sua vez, não desenvolvem suas linhas em nível nacional, sendo que as maiores empresas no mercado operam em nível internacional. Do mesmo modo que na produção de frangos, verifica-se uma alta concentração em nível internacional nas firmas dedicadas ao melhoramento genético de suínos. Tal concentração pode ser vista

⁴⁷ Por sua vez, a própria linha continuará sendo trabalhada para enfatizar mais as características desejadas. Portanto, a incorporação de material genético de gerações posteriores de uma mesma linha tenderá a acentuar ainda mais as características almejadas.

⁴⁸ Isso não quer dizer que a noção de raça seja completamente inútil. Todavia, em nível de produção comercial de programas genéticos, seu papel não é relevante.

como uma decorrência dos altos gastos com pesquisa e do longo prazo que transcorre até que os avanços em laboratório cheguem à mesa do consumidor.

A PIC, firma que detém a maior fatia deste mercado, opera no Brasil através de uma *joint-venture* com a empresa nacional Sementes Agroceres S.A., denominada Agroceres-PIC⁴⁹, a qual atende à grande parte ou à totalidade da demanda de algumas das maiores indústrias, como Perdigão, Chapecó e Ceval. A empresa líder do mercado, a Sadia, opera porém com linhas próprias, assim como faz a Aurora.

Percebe-se, contudo, que os animais abatidos não pertencem, normalmente, a linhas puras; ao contrário, eles são híbridos de diversas linhas. Os animais de linhas puras são originariamente importados⁵⁰, e a partir disso as adaptações nacionais por hibridização das linhas passam a ser geralmente cruzadas em locais *ad-hoc*, denominados núcleos; as gerações seguintes são criadas em granjas multiplicadoras, a partir das quais a geração das "avós" (em alguns casos, das "bisavós") produz as matrizes que são comercializadas, e estes são os tipos com os quais os produtores em verdade trabalharão. Pode-se estimar que a partir da decisão de introduzir uma linha para produzir híbridos no país transcorrerá um prazo de aproximadamente quatro anos até que seus efeitos se percebam nos animais industrializados.

Cabe destacar que a estrutura da demanda das empresas de melhoramento genético é bastante concentrada. Em realidade, as grandes indústrias que trabalham no sistema de integração de produtores não adquirem diretamente matrizes, mas geralmente criam um determinado tipo de animal próprio, podendo, inclusive, com

⁴⁹ Este caso constitui-se num exemplo típico do que CLARKE conceitua como diversificação por concentricidade de mercados, posto que a Agroceres já era um dos maiores produtores nacionais de sementes e de rações para animais antes de entrar na área de genética. (CLARKE, Roger. Conglomerate firms. In: CLARKE, Roger, MCGUINNESS, Tony (Ed.). *The economics of the firms*. Oxford : Basil Blackwell, 1987. p.108).

⁵⁰ A Agroceres-PIC trabalha com nove linhas da PIC internacional; esta, porém, trabalha com aproximadamente 30 linhas diversas; dados os convênios existentes de transferência de tecnologia entre ambas as firmas, sempre que a Agroceres-PIC optasse por introduzir alguma linha além daquelas com que hoje trabalha poderia fazê-lo sem restrições, o que garante a esta empresa tal flexibilidade que sem dúvida constitui numa significativa barreira à entrada no mercado brasileiro de programas de melhoramento genético.

contratos de transferência de tecnologia, receberem animais de linhas puras.⁵¹ Portanto, representam outro segmento da demanda, caracterizado por suas relações contratuais com as empresas de melhoramento genético. Há, contudo, uma significativa parcela da demanda destas firmas que é atendida através do mercado, constituída por grandes e médios produtores não integrados. Neste caso, o produto comercializado são efetivamente as matrizes. Essa estrutura de demanda também apresenta claras especificidades regionais: no sul do país localizam-se as grandes indústrias processadoras, as quais respondem por aproximadamente 80 ou 90% da demanda. Todavia, nos estados das regiões Centro-Oeste e Sudeste a demanda encontra-se muito mais pulverizada.⁵² Destaque-se também que em geral os produtores que se iniciam no ramo, tanto o independente quanto o integrado, recebem apoio técnico seja do integrador, seja do fornecedor de matrizes.

Pode-se antecipar que a introdução de critérios únicos e obrigatórios de tipificação de carcaças pelas grandes empresas do sul do país, previsto para o ano próximo, remunerando diferentemente os animais levados para abate segundo sua adequação às características solicitadas, levará a um maior cuidado por parte destes produtores com a qualidade dos animais levados ao mercado. Isto deve redundar numa maior preocupação com os aspectos de melhoramento genético.

No caso dos pequenos produtores integrados, a responsabilidade pela escolha genética fica por conta da indústria integradora. Todavia, não se pode interpretar que o produtor não tenha nenhuma margem de manobra para influenciar na qualidade do animal obtido. Ao contrário, dependendo do tratamento que este receba - qualidade das instalações, adequação da alimentação, obediência aos padrões sanitários -, suas características serão evidentemente diferentes, o que permite prever para um futuro

⁵¹ Alguns dos grandes produtores, conforme mencionado, que selecionam seus próprios tipos de animais por cruzamento, podem comprar animais das gerações de avós ou até de bisavós.

⁵² Lembre-se de que, independentemente da importância numérica dos rebanhos do Norte e do Nordeste, estas regiões caracterizam-se por uma criação pouco tecnificada, não respondendo por parcela significativa das vendas das empresas de material genético.

próximo a ocorrência de um processo de diferenciação entre os produtores integrados a partir da tipificação das carcaças acima mencionada.⁵³ Por sua vez, dado esse aumento das exigências no nível da genética, parece razoável prever a redução do espaço dos pequenos produtores integrados de ciclo completo (isto é, daqueles que têm suas próprias matrizes), os quais transformar-se-ão basicamente em terminadores, pois a etapa da reprodução tende a se concentrar nas granjas das próprias indústrias.⁵⁴

Evidentemente, as particularidades da demanda levam a enfatizar características genéticas diferentes nos diversos segmentos de mercado. Destacamos, por exemplo, que os animais dedicados às indústrias processadoras para criação através dos seus produtores integrados deverão ter características diferentes daquelas dos produtores independentes, boa parte dos quais destinam sua produção ao consumo *in natura* - lembre-se de que é desprezível a parcela vendida sem processamento pelas maiores empresas do setor, e que entre 65 a 70% da carne suína vendida no país é de alguma forma processada.⁵⁵

Um aspecto que deve ser lembrado é o impacto do provável desenvolvimento da suinocultura na Região Centro-Oeste, caracterizada pela presença de grandes produtores independentes, pois isto sem dúvida contribuirá para desconcentrar o lado da demanda para as empresas de melhoramento genético.

Algumas quantificações permitem evidenciar os avanços possíveis de serem conseguidos: no caso da Agrocereis, tem-se conseguido melhorar a conversão alimentar de modo que se tem reduzido os gastos com alimentação dos animais (pensando num

⁵³ A previsão é de que as indústrias paguem aproximadamente 13% a mais pelo produto de maior qualidade em relação ao produto médio. Logo, o impacto desta medida será bem menor do que, por exemplo, o caso da Alemanha, onde esse diferencial alcança os 40%.

⁵⁴ Processo que seria análogo ao ocorrido na indústria de frangos. Lembre-se, também, de que nesta o processo de diferenciação segundo a qualidade e outros não foi obstaculizado pela transformação do produtor integrado em terminador, por exemplo, aquele produtor que tiver menor taxa de mortalidade entre seus frangos será "premiado" pelo mercado.

⁵⁵ Destaque-se que na opinião dos entrevistados houve, nos últimos anos, tanto em nível local quanto internacional uma grande ênfase na qualidade das carcaças, a qual foi conseguida até certo ponto em detrimento da qualidade da carne.

abate aos 100 kg) numa média de 4,5 kg/ano. Outrossim, o avanço quanto ao número de leitões por porca tem sido de 0,15 por ano.⁵⁶

Quanto à reprodução, a inseminação artificial vai ganhando lentamente espaço desde 1975-76 (anos de sua introdução em nível comercial registrados por duas fontes diferentes), mas ainda não representa mais do que 2% do total de coberturas efetuadas no país. Nos demais casos, os produtores mantêm machos no seu plantel sendo que, no caso dos de sistema confinado, os reprodutores são geralmente comprados de granjas especializadas.

⁵⁶ Hoje um pequeno produtor tecnificado médio da Região Sul consegue produzir 17 leitões/porca anualmente. (GOMES, p.83)

CONCLUSÃO

A investigação aqui realizada procurou trazer à tona alguns aspectos embutidos na competitividade da indústria de carne suína na Região Sul do país. Apesar da pouca importância relativa desse segmento da indústria no setor alimentar como um todo e da menor participação da carne suína no consumo, comparado às outras carnes, constatou-se que há uma forte similaridade em sua dinâmica com a dos demais segmentos da indústria alimentar. Além da tendência à oligopolização e das conseqüências daí resultantes, observou-se também um processo simbiótico entre as atividades de processamento da carne suína e das demais carnes no tocante à estratégia das empresas integrantes desse setor, visto como um todo. Ou seja, as empresas líderes têm conduzido seus investimentos para a ampliação da capacidade de processamento não apenas de carne suínica, mas também das outras carnes (especialmente aves) e também de ração, o que neste caso significa envolvimento na atividade de esmagamento de soja.

O alto índice de concentração industrial, resultando num oligopólio diferenciado, está associado a um perfil de mercado consumidor altamente segmentado e a um mercado internacional bastante bloqueado. No flanco interno tem-se que a faixa de consumo caracterizada como sofisticada, semelhante ao que se observa nas economias desenvolvidas, ainda é bastante estreita para absorver um produto industrial diferenciado, comparado às potencialidades do mercado de massa, constituído por uma parcela mais significativa da população. Paralelamente a isto, as condições de abastecimento alimentar tem possibilitado um grande espaço para que empresas de pequeno e médio porte sobrevivam, competindo com as grandes, especialmente graças à sua capacidade de ofertar produtos com pouca diferenciação e muitas vezes com padrões duvidosos de qualidade, característica permitida por um padrão tecnológico banalizado. Sendo assim, do ponto de vista da concorrência entre as empresas líderes e

as pequenas e médias, pode-se caracterizar o mercado a partir de dois movimentos básicos. O primeiro aponta uma segmentação no atendimento da demanda interna, segundo a qual as grandes dominam os principais mercados, especialmente nos segmentos mais afluentes de consumo, ficando os pequenos capitais restritos a nichos locais/regionais de mercado, especialmente quando compostos por consumidores de renda inferior. Pode-se adicionar ainda a vasta e diferenciada estrutura de unidades informais, em muitos casos fora da esfera da fiscalização sanitária, voltadas para um consumo periférico; tais firmas localizam-se tanto perto das grandes cidades quanto se encontram inseridas no meio rural. Estas particularidades do mercado consumidor final acabam reforçando a convivência dos pequenos com os grandes capitais na indústria processadora de carne suína. O segundo movimento é caracterizado pelas investidas das grandes empresas também no contexto das pequenas e médias. Ou seja, aquela segmentação colocada acima não é excludente. Uma das importantes constatações nesta pesquisa se refere à investida das grandes empresas no suprimento de produtos mais populares, tanto como parte de sua estratégia de conquista de mercados, quanto em função de um processo de centralização de capitais através da aquisição de empresas regionais. Mais ainda, observou-se que as empresas centralizadoras mantêm a marca adquirida, já conhecida pelo consumidor, facilitando assim sua penetração em determinadas faixas de mercado.

As estratégias das empresas, especialmente das líderes, no mercado interno, em grande parte estão associadas às perspectivas do mercado internacional, cuja tendência tem sido de uma grande limitação em função de razões sanitárias e da grande capacidade de oferta, principalmente dos países europeus.

Quanto às pequenas empresas, deve-se realçar que não há um modelo definido que caracterize genericamente sua dinâmica. A conduta dessas empresas é ditada por processos de decisões baseadas em cálculos financeiros cotidianos e sempre dependentes de fatores conjunturais que podem mudar rapidamente. Isto é, sua produção poderá se destinar para o mercado final ou mesmo para outras empresas clientes, dependendo do comportamento momentâneo dos preços, descaracterizando,

portanto, uma relação interindustrial estratégica entre o segmento das pequenas empresas. A precariedade nas relações de suprimento de matérias-primas e de abastecimento de produtos semi-processados e ainda de serviços (transporte, por exemplo) envolve tanto a grande empresa como as outras pequenas que sobrevivem igualmente nas franjas do mercado sem uma estratégia definida para conquista do mercado consumidor.

Do ponto de vista das perspectivas, há uma tendência a mudanças de estratégias em relação ao fornecimento da matéria-prima, baseada na pequena produção agrícola e na monocultura. O processo de integração com produtores agrícolas diversifica-se em direção a produtores mais capitalizados e especializados. Ademais, o movimento do capital busca regiões de fronteiras agrícolas, embora essa seja uma tendência vinculada principalmente aos grandes grupos empresariais, indicando que a base regional não é mais suficiente para explicar a dinâmica desta indústria. Os avanços da genética tendem a permitir que as indústrias recompensem em forma diferenciada os produtores; por sua vez, a própria estrutura altamente concentrada do setor das empresas de melhoramento genético de suínos garante vantagens às grandes indústrias que mostram-se, em geral, incontornáveis pelos produtores independentes.

Tanto do ponto de vista do mercado final como do de matéria-prima, a integração do espaço econômico nacional impede a reprodução das indústrias nos moldes de sua conformação estrutural. A competição entre os capitais dessa indústria e o fortalecimento das barreiras à entrada, face ao maior grau de oligopolização, requerem, por parte dos empresários, uma visão mais ampla da dinâmica dessa indústria. Desse ponto de vista, pode-se levantar a possibilidade de que o modelo desenvolvido no oeste de Santa Catarina esteja passando por um processo de esgotamento, ou pelo menos de não exclusividade.

De qualquer forma, o comportamento da indústria de suínos ainda está fundamentalmente ligado ao funcionamento do sistema de integração, o qual, associado ao manejo, tem se tornado o mecanismo fundamental para a competitividade

das empresas devido às repercussões na estrutura de custo. Por outro lado, este sistema adquire maior importância para as estratégias das empresas na medida em que esteja articulado com os avanços adotados pela empresa no campo da genética.

Paralelamente, junto ao setor industrial basicamente caracterizado por suas relações contractuais com os produtores, existe um segmento menos importante mas não por isso desprezível, que opera basicamente através do mercado. Este setor poderá ganhar peso se o consumo de carne *in natura* se expandir, e também se houver um espaço maior para os pequenos frigoríficos que não têm condições de integrar sua produção.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1 BOLETIM MENSAL [DA] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE SUÍNOS. s.l. : ABCS, n.15, set.1992; n.18, jul.1993.
- 2 CLARKE, Roger. Conglomerate firms. In: CLARKE, Roger; MCGUINNESS, Tony (Ed.). **The economics of the firms**. Oxford : Basil Blackwell, 1987. p.107-132
- 3 CLARKE, Roger. **Industrial economics**. Oxford : Basil Blackwell, 1985.
- 4 CUNHA, Cristiano J.C.A. **A competitividade da agricultura brasileira no MERCOSUL** : estudos de casos. Florianópolis : UFSC, 1993.
- 5 GAZETA MERCANTIL; São Paulo, 20 jun. 1993.
- 6 GOMES, Marília Fernandes Maciel et al. **Análise prospectiva do complexo agroindustrial de suínos no Brasil**. Concórdia : EMBRAPA, 1992.
- 7 GREEN, Raul. **Lucha entre multinacionales** : Bunge y Born frente Cargill, Nestlé y Unilever. Paris : INRA, 1989.
- 8 GUIMARÃES, Eduardo Augusto. **Acumulação e crescimento da firma** : um estudo da organização industrial. Rio de Janeiro : Guanabara Koogan, 1987.
- 9 HAGUENAUER, Lia. Competitividade : uma resenha da bibliografia recente. **Pensamiento Iberoamericano**, Madrid, n.17, p.327-336, jan./jun.1990.
- 10 INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **MERCOSUL** : custos e incidência tributária na produção agropecuária e agroindustrial. Curitiba : IPARDES, 1992. 63p.
- 11 LANZER, E.A.; MALHEIROS, R.C.C. **Análise da suinocultura brasileira**. Florianópolis : UFSC, 1993.
- 12 MIOR, L.C. **Empresas agroalimentares, produção agrícola familiar e competitividade no complexo carnes de Santa Catarina**. Itaguaí, 1992. Dissertação (Mestrado), UFRRJ/CPDA.
- 13 OXLEY, A. **The challenge of free trade**. London : Harvester Wheatsheaf, 1990.
- 14 PENROSE, Edith Tilton. **The theory of the growth of the firm**. Oxford : Basil Blackwell, 1959.
- 15 RIZZI, Aldair T. **Mudanças tecnológicas e reestruturação da indústria agroalimentar** : o caso da indústria de frangos no Brasil. Campinas, 1993. Tese (Doutorado), UNICAMP.
- 16 VANZETTI, D.; ANDREWS, N.; HESTER, S.; FISHER, B. **US-EC agricultural trade relations and the Uruguay Round** : a cairns group perspective. s.l. : s.n., 1993. Trabalho apresentado no Congresso New Dimensions in North American-European Agricultural Trade Relations, Isola Capo Rizzuto, Calábria, Itália.